

С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университетінің 60 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары– 13: дәстүрлерді сақтай отырып, болашақты құру» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференциясының материалдары = Материалы Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 13: сохраняя традиции, создавая будущее», посвященная 60-летию Казахского агротехнического университета имени С.Сейфуллина. - 2017. - Т.1, Ч.5. - С.181-183

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ, КАК СЕГМЕНТА МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ДОСУГОВЫХ ЦЕНТРОВ

Шляхтич Е.В.

Сфера досуга нуждается в постоянном регулировании в зависимости от природных, национальных, экономических, социальных, политических и внешних факторов. Досуг, позволяет раскрыть и приумножить духовно-нравственный, эстетический, интеллектуальный и физический потенциал личности, что формирует уровень развития общества в целом. В настоящее время актуальным остается вопрос о формировании потребности к занятиям физической культуры среди широких слоев населения [1]. Не последнюю роль в этом играет занятие фитнесом, как одной из форм проведения досуга и формирования здорового образа жизни.

Понятие фитнес в нашем лексиконе появилась недавно, поэтому как новое явление требует определенного научного обоснования, как сегмента сферы досуга. Английское «fit» буквально переводится как «годный», выражение «tobefit» можно перевести — «быть в форме». «Fitness» также переводится с английского как «пригодность». Поэтому фитнесом можно считать стремление к оптимальному качеству жизни, к хорошей физической подготовленности и укреплению здоровья. Фитнес-индустрия стала развиваться в США чуть более 30 лет назад. В 70-е годы прошлого века в Соединённых Штатах, вместе с улучшением благосостояния появилась масса проблем, связанных с ухудшением здоровья населения. Количество людей с избыточным весом росло стремительно, и это вызывало всеобщее беспокойство. В 1983 году американец Марк Мастров создает систему «24 часа фитнеса», («24 hourfitness») в основу которой он положил доступность во всех смыслах этого слова, начиная от режима работы до цены. Это и стало отправной точкой в развитии фитнес-индустрии. Сейчас разнообразные фитнес-клубы есть практически в каждом населенном пункте США. На сегодняшний день, наличие всех фитнес-клубов Америки по количеству равняется сумме всех европейских клубов вместе взятых [2]. По мере уровня развития общества эта форма приобретает массовую общественную потребность, даже не смотря на экономическую составляющую. Для удовлетворения этих потребностей требуются более развитые, технологически грамотные пространства с широким спектром услуг, таковыми все чаще выступает фитнес-индустрия, как сегмент досуга.

Важной тенденцией является глобализация фитнес-индустрии. Одно из основных ее проявлений – активное развитие международных фитнес-компаний и сетей, которые и позволяют получать и использовать фитнес-услуги мирового уровня. Вместе с тем развитие малого и среднего бизнеса обеспечивает возможности гибкого характера реагирования на изменение потребностей потенциальных клиентов. Это позволяет определить перспективы развития фитнес-индустрии.

В настоящее время существуют три класса фитнес-клубов: «премиум», «люкс», «эконом». Разность классов проявляется в качестве и количестве услуг, их цене, а также технологической оснащенности помещений и уровне интерьеров. При выборе фитнеса люди руководствуются рядом критериев, в числе которых по степени снижения значимости находятся: а) стоимость услуг; б) близость к дому; в) набор и разнообразие программ; г) профессионализм сотрудников; д) наличие бассейна; е) наличие сопутствующих услуг; ж) современные тренажеры; з) отсутствие тесноты [3]. Наряду с существующей классификацией по площади, количеству услуг и их стоимости в настоящее время проявляется тенденция к формированию специализированных форм фитнеса, которые ориентируются на социальные и возрастные потребности посетителей – это «семейный клубный фитнес»; «фитнес для пожилых»; «детский фитнес» и др.

На современном этапе формируется новая форма фитнес-клуба «дискаунтер», характерной чертой которых является более гибкая система оплаты и предоставления услуг, и главное – шаговая доступность. Вход в клуб такой формы бесплатный, и каждая услуга оплачивается отдельно, таким образом каждый посетитель пользуется свободой выбора услуг исходя из собственных возможностей и потребностей. Такая форма социально адаптирована, демократична и обеспечивает коммуникационные связи различных слоев населения. Каждое из направлений имеет свои специфические особенности, которые проявляются в составе и площадях помещений, в их технологической оснащенности, и наличии дополнительных пространств. Все это отражается во внешнем облике здания и требует учета при проектировании.

Вышеназванные разнообразные формы организации фитнес-индустрии диктуют специфический подход решения архитектурного облика здания фитнес-клуба и его внутреннего дизайна. Наряду с применением архитекторами мира различных дополнительных эффектов: искусственное солнце, панорамный вид из окна, связь внутреннего и наружного пространства, экозалы с использованием энергоресурсов посетителей, требуется систематизация нормативов проектирования подобных зданий, корректировка санитарных норм и технологии строительства. Следовательно, в этой сфере в области архитектуры необходимо выявить специфику формирования архитектурной среды фитнес-центров с учетом мировой практики, разработать проектные типовые решения для обеспечения большего количества качественных фитнес-услуг, при минимальных

капиталовложениях, в целях формирования у населения потребности в посещении фитнес-центров и обеспечения доступности.

Список литературы

1. Шляхтич Е.В. Проблемы формирования многофункциональных центров досуга в инфраструктуре современных поселений Казахстана. Материалы международной научно-практической конференции «Пространство, время, архитектура» Астана 2015г. с.407-409

2. Despina K. Serghides. The Wisdom of Mediterranean Traditional Architecture Versus Contemporary Architecture – The Energy Challenge. The Open Construction and Building Technology Journal, 2010, 4, 29-38

3. Гравшина И.Н., Никишина О.Е. Конкурентная оценка регионального рынка фитнес-индустрии: особенности и тенденции развития Молодой ученый,-2016-№9 с.530-534.