

DOI: [https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.8\(181\).01](https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.8(181).01)
УДК 379.831

Анікєєв Д.М.
кандидат наук з фізичного виховання і спорту
Національний університет фізичного виховання і спорту, м. Київ
orcid.org/0000-0001-8931-2067
Ши Шицзе
аспірант
Національний університет фізичного виховання і спорту, м. Київ
orcid.org/0009-0005-7366-5884

АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ФІТНЕС-ПОСЛУГ КИТАЮ

Стаття аналізує споживчі переваги на ринку фітнес-послуг Китаю, враховуючи зростаючий інтерес до здорового способу життя. Дослідження базується на опитуванні 257 респондентів із різних регіонів, що дозволило виявити популярні види фітнесу, мотивації та чинники, що перешкоджають заняттям. Виявлено, що чоловіки більше задоволені результатами фітнес-занять, тоді як жінки частіше відзначають незадоволеність. Недостатність часу і брак мотивації є основними перешкодами. Масаж, душові та роздягальні є найважливішими сервісами для респондентів. Перспективи подальших досліджень включають узагальнення інформації про фітнес-індустрію в Китаї та інших країнах для розробки ефективних маркетингових стратегій.

Ключові слова: фітнес-послуги, споживчі переваги, Китай, ринок фітнесу, здоровий спосіб життя.

Anikieiev Dmytro, Shi Shijie. Analysis of Consumer Preferences in the Fitness Services Market of China. This article examines consumer preferences in the fitness services market in China, driven by the growing popularity of fitness and healthy living. Understanding fitness preferences among the population is increasingly important for developing effective fitness programs and marketing strategies. Chinese society is transitioning from traditional lifestyles to more active and healthy ones, leading to a rise in interest in physical activity and entertainment, as well as the emergence of new fitness facilities and programs. Insights into fitness preferences within the context of Chinese society can aid fitness industry enterprises and public health organizers in designing more effective and accessible programs for a broad audience.

The contemporary Chinese market is one of the largest and fastest-growing globally. Economic changes in recent decades have led to a significant improvement in living standards and the emergence of new consumer trends among the Chinese population. However, these changes necessitate a thorough analysis of Chinese consumers' preferences to identify key factors influencing their choices. This study is based on a survey of 257 adults from various sociocultural groups across different regions of China. The research aims to determine the problems and prospects of engaging various population segments in health fitness activities and their consumer preferences.

The results indicate varied satisfaction levels with fitness outcomes between men and women, with time constraints and lack of motivation being the main obstacles to fitness participation. Financial limitations and the distance to fitness centers also impact, albeit to a lesser extent. The most valued services for a comfortable fitness experience are massage, showers, and personal training programs. Personalized training sessions and online consultations received mixed reviews. These findings highlight the importance of addressing barriers to fitness participation and developing targeted strategies to enhance the quality of life for Chinese consumers.

Keywords: fitness services, consumer preferences, China, fitness market, healthy lifestyle.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.

У зв'язку зі зростаючою популярністю фітнесу та здорового способу життя, розуміння уподобань у виді фітнесу серед населення стає дедалі важливішим для розробки ефективних фітнес-програм та здійснення маркетингових стратегій. Китайське суспільство, як і багато інших, переживає перехід від традиційного способу життя до більш активного та здорового. Цей процес супроводжується зростанням інтересу до фізичної активності та розваг, що сприяє появі нових спортивних закладів та програм фітнесу. Розуміння уподобань у сфері фітнесу в контексті китайського суспільства може допомогти не лише підприємствам фітнес-індустрії, а й організаторам здорового способу життя та громадського здоров'я розробляти більш ефективні та зрозумілі програми для широкої аудиторії.

Сучасний китайський ринок є одним з найбільших та найшвидше зростаючих у світі. За останні десятиліття економічні зрушення в Китаї призвели до значного підвищення рівня життя та до появи нових споживчих тенденцій серед китайського населення [4]. Однак, разом з цими змінами виникає потреба в ретельному аналізі та розумінні переваг китайських споживачів з метою розкриття ключових факторів, що впливають на уподобання китайського населення [1].

Ця стаття присвячена дослідженню споживчих переваг у сфері оздоровчого фітнесу в Китаї. Дослідження базується на результатах анкетування осіб 1-го зрілого віку, яке проводилося серед представників різних соціокультурних груп у різних регіонах Китаю. Вирішення цих питань важливо не лише для бізнесу, а й для подальшого розвитку китайського суспільства в цілому [2].

Дане дослідження сприятиме покращенню розуміння споживчих тенденцій в Китаї та сприяти розвитку стратегій, спрямованих на забезпечення якості життя китайських споживачів. Результати цього дослідження можуть служити цінним

джерелом інформації для розробки подальших ініціатив у галузі спортивних та фітнес-програм, спрямованих на підтримку здорового способу життя населення.

Дослідження виконано відповідно до плану НДР НУФВСУ на 2021–2025 рр. за темою кафедри здоров'я, фітнесу та рекреації «Теоретичні та технологічні засади оздоровчо-рекреаційної рухової активності та здорового способу життя різних груп населення» (номер держреєстрації 0121U107534).

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ринок фітнес-послуг в Китаї переживає швидкий розвиток, відбиваючи зростаючий інтерес населення до здорового способу життя та активності. Відкриваються нові фітнес-центри, спортивні заклади та розвиваються існуючі. Аналіз цього ринку вимагає ретельного вивчення споживчих уподобань та потреб.

Згідно з дослідженням Zhang та Pease [9], зростання фітнес-індустрії у Китаї свідчить про популярність цього виду послуг серед населення. Автори відзначають, що цей розвиток пов'язаний зі зростанням економіки та змінами в способі життя. Проте, необхідно ретельно аналізувати споживчі уподобання, щоб відповідати зростаючим потребам ринку.

Wang та Lim [5] провели дослідження щодо визначення детермінант китайських споживачів у виборі фітнес-послуг. Вони виявили, що соціально-психологічні фактори грають важливу роль у прийнятті рішення про купівлю таких послуг. Це включає уявлення про власну здоровість, соціальні норми та перцепцію користі від занять спортом.

Культурні особливості також мають велике значення у формуванні споживчих уподобань в фітнес-індустрії Китаю, як показує дослідження Xu та Yang [7]. Традиційні цінності та культурні норми впливають на вибір фітнес-послуг та ставлення до фізичної активності серед китайського населення.

З огляду на швидкий технологічний прогрес, важливим аспектом аналізу ринку є дослідження технологічних інновацій у фітнес-індустрії. Zhang та Ma [8] вивчили розвиток смарт-фітнес-обладнання в Китаї та його вплив на споживчі уподобання. Цифровізація та використання інформаційних технологій активно змінюють підхід до фітнесу та споживчих переваг.

Щоб успішно конкурувати на ринку фітнес-послуг в Китаї, компаніям важливо розробляти ефективні стратегії маркетингу та управління споживчими перевагами. Liu та Zhang [3] розглянули маркетингові стратегії фітнес-індустрії в умовах великих обсягів даних. Вони рекомендують компаніям використовувати дані для персоналізації послуг та просування в кінцевих споживачів.

Отже, аналіз останніх досліджень та публікацій дозволяє стверджувати, що обрана тема є актуальною з точки зору узагальнення тенденцій та перспективних напрямків розвитку оздоровчого фітнесу в Китаї. Разом з тим дані про конкретні уподобання та потреби у фітнес-послугах споживачів недостатні.

Мета дослідження – визначити проблеми та перспективи залучення до занять оздоровчим фітнесом різних верств населення Китаю, їх споживчі переваги.

Матеріал і методи дослідження. Аналіз теоретичного матеріалу здійснювали, з урахуванням соціологічних, історичних, педагогічних, організаційно-управлінських, фінансових та інших аспектів, які формують суть досліджуваної проблеми. Нами було проведено опитування серед 257 респондентів (136 чоловіків і 121 жінки) 1-го зрілого віку з різних провінцій Китаю за допомогою інструмента Гугл-форми з метою розуміння їх споживчих переваг в сфері оздоровчого фітнесу. Основна увага приділялася різноманіттю видів фітнесу, регулярності занять, мотивації, цілям та задоволенню результатами.

Результати дослідження.

У рамках нашого дослідження ми опитали учасників щодо їхніх уподобань стосовно видів фітнесу. На рис. 1 наведено результати опитування у відсотках від загальної кількості відповідей (n=257). Найвищий відсоток 5-бальних оцінок отримали аеробіка (53.31%), силові тренування (31.91%) і біг (38.52%). Найбільший відсоток негативних 1-бальних оцінок зафіксовано для йоги (36.58%) і танців (35.02%).

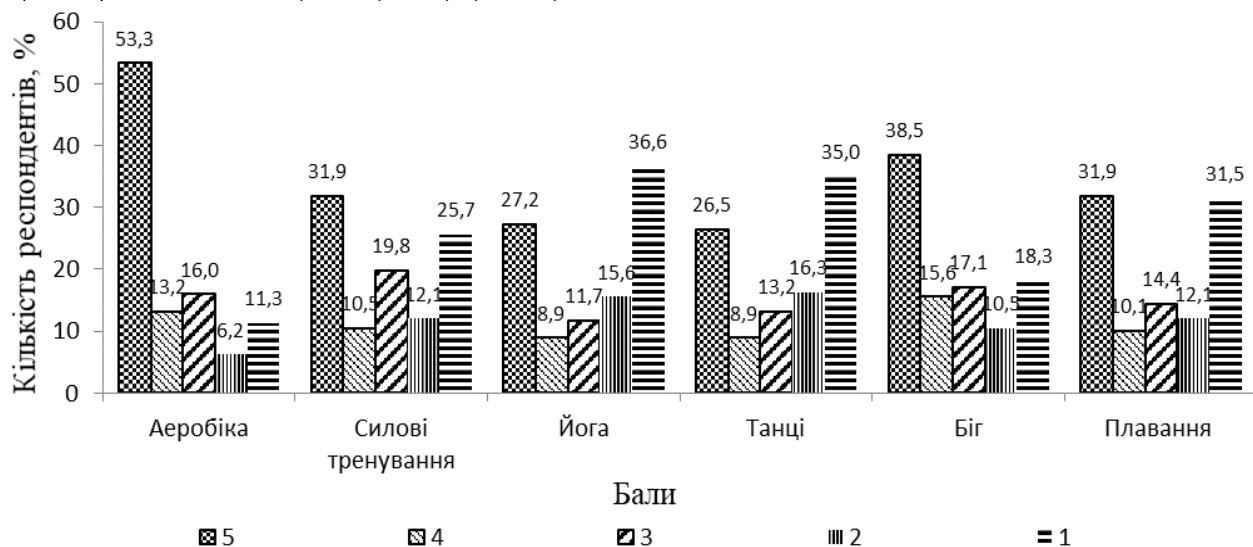


Рис.1. Вподобання стосовно видів фітнесу («Які види фітнесу ви вподобаєте?», n=257)

Обидва гендери демонструють схожі вподобання щодо фітнесу, але з деякими відмінностями. Серед чоловіків найбільш популярними є аеробіка та силові тренування, тоді як серед жінок найвищу популярність мають аеробіка та йога (рис. 2, 3).

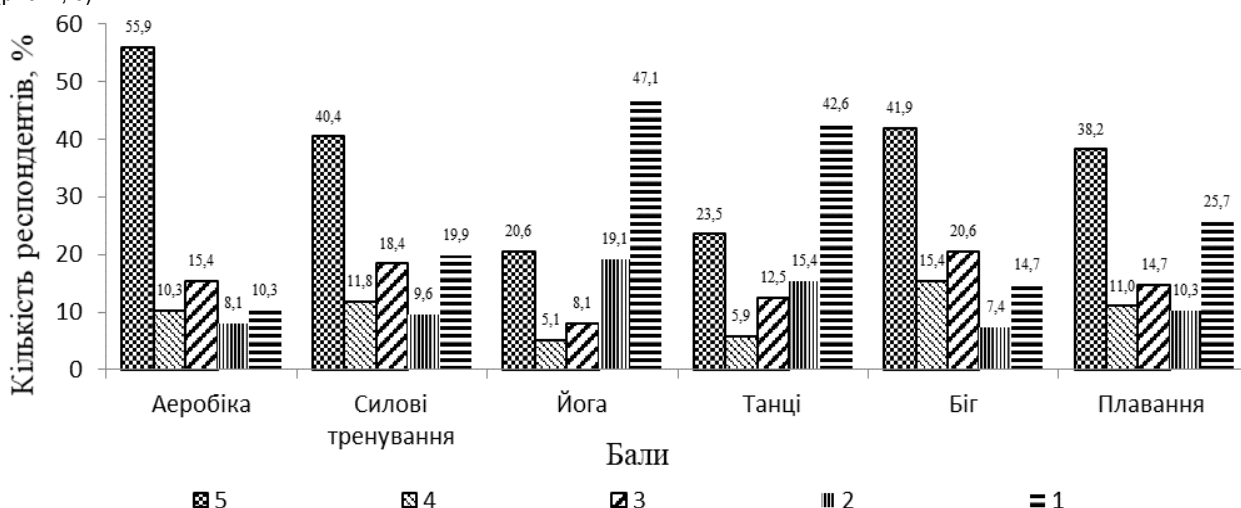


Рис.2. Вподобання стосовно видів фітнесу чоловіки, n=136)

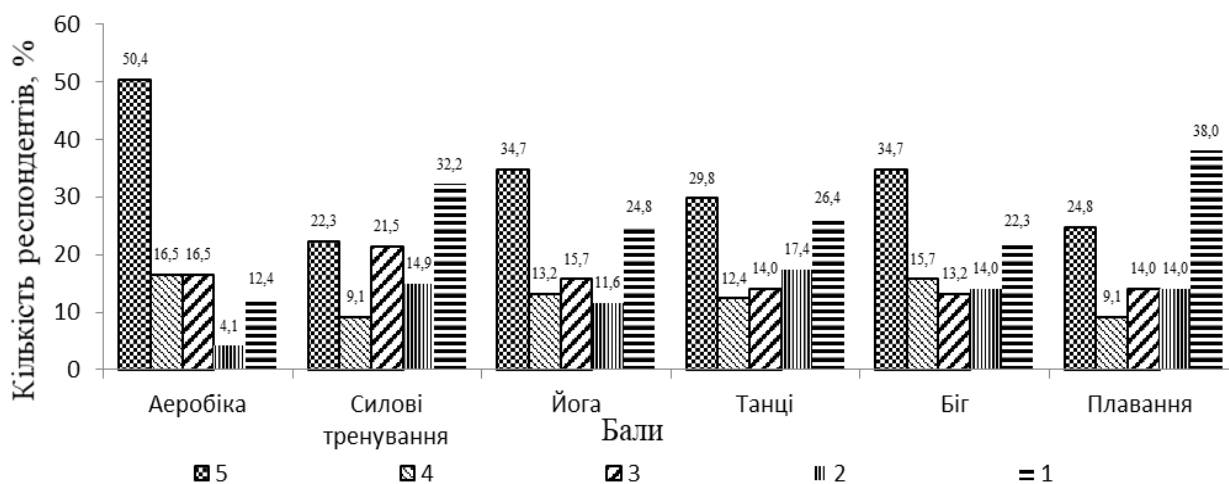


Рис. 3. Вподобання стосовно видів фітнесу жінки, n=121)

Достовірність отриманих даних підтверджується майже ідентичними результатами відповідей на детекторне питання "Які види фітнесу ви вважаєте найбільш ефективними?"

Учасники дослідження оцінювали свої цілі у фітнесі та здоров'ї за шкалою від 1 до 5, де 1 - це найнижча оцінка, а 5 - найвища. Результати представлені на рис. 4:

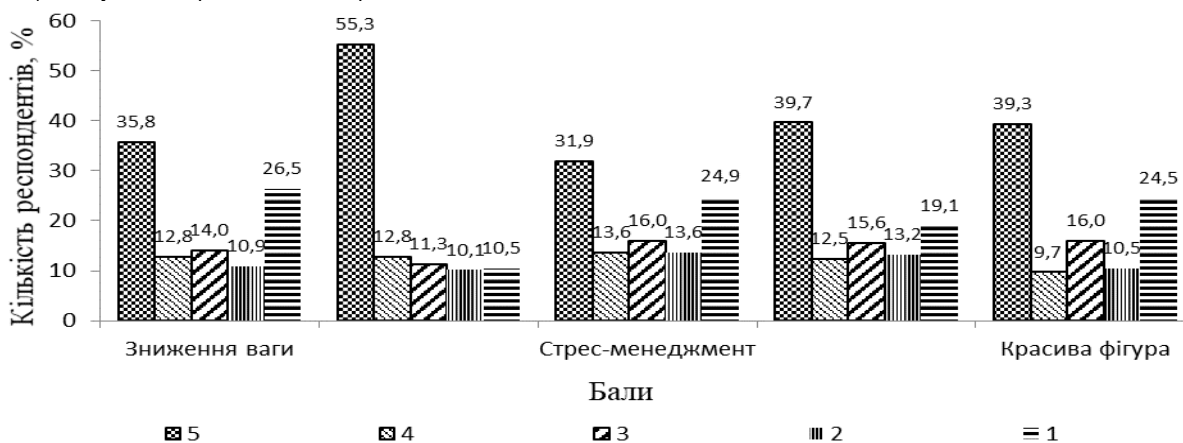


Рис.4. Цілі у фітнесі та здоров'ї («Які конкретні здоров'я та фітнес-цілі ви прагнете досягти?», n=257)

Зниження ваги має змішані оцінки, з найвищим відсотком у категорії 5 (35.80%) та значним відсотком у категорії 1 (26.46%). Покращення фізичної форми є найпріоритетнішою ціллю (55.25% на рівні 5), тоді як стрес-менеджмент має більш поляризовані оцінки (31.91% на рівні 5 та 24.90% на рівні 1). Покращення здоров'я серця (39.69% на рівні 5) і красива фігура (39.30% на рівні 5) також є важливими цілями для багатьох учасників. Суттєвих розбіжностей між чоловіками і жінками ми не виявили.

Дослідження включало питання про задоволеність результатами від фітнес-занять, де респонденти могли обрати одну з п'яти категорій: абсолютно незадоволений, задоволений не дуже, помірно задоволений, задоволений, абсолютно задоволений. Дані відповіді розподілені між чоловіками (Ч) та жінками (Ж) на рис. 5:

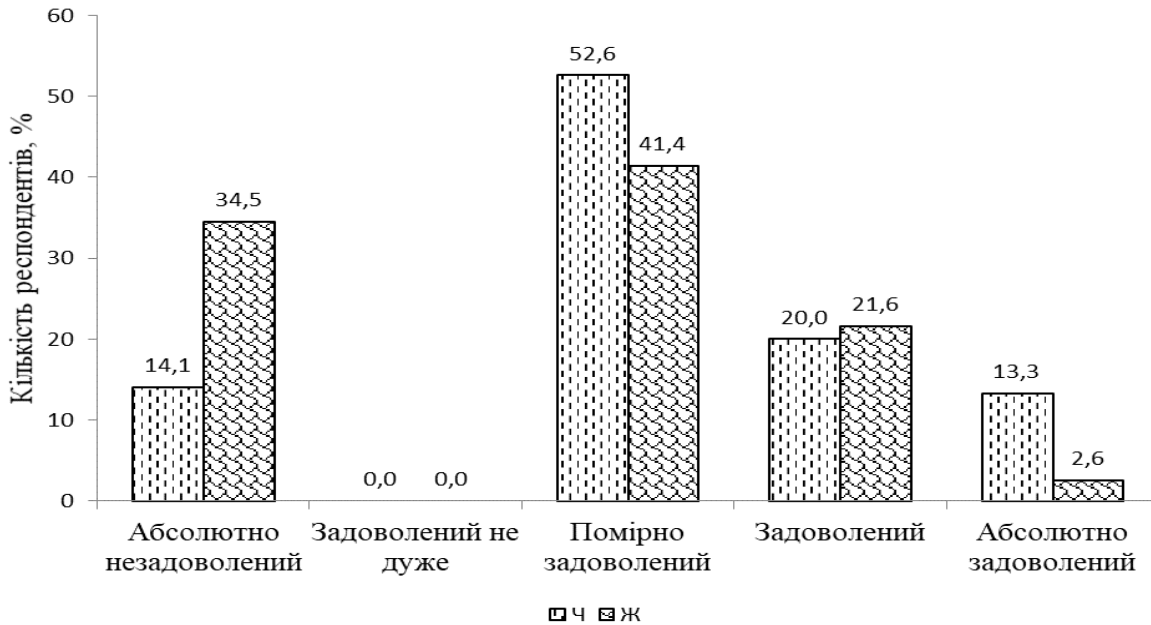


Рис.5. Рівень задоволеності результатами фітнес-занять серед чоловіків та жінок («Чи задоволені ви результатами від фітнес-занять?», n=257)

Аналіз результатів

Чоловіки частіше вказували, що вони помірно задоволені результатами фітнес-занять (52.59%) порівняно з жінками (41.38%). Проте частка чоловіків, які задоволені або абсолютно задоволені (33.33% разом), більша ніж у жінок (24.14%). Водночас, жінки частіше відзначали себе як абсолютно незадоволені (34.48%) порівняно з чоловіками (14.07%).

Анкетування респондентів включало питання про основні чинники, які перешкоджають їм займатись фітнесом. Відповіді були оцінені за шкалою від 1 до 5, де 1 означає, що цей чинник не перешкоджає зовсім, а 5 - чинник суттєво перешкоджає. Дані представлені на рис. 6:

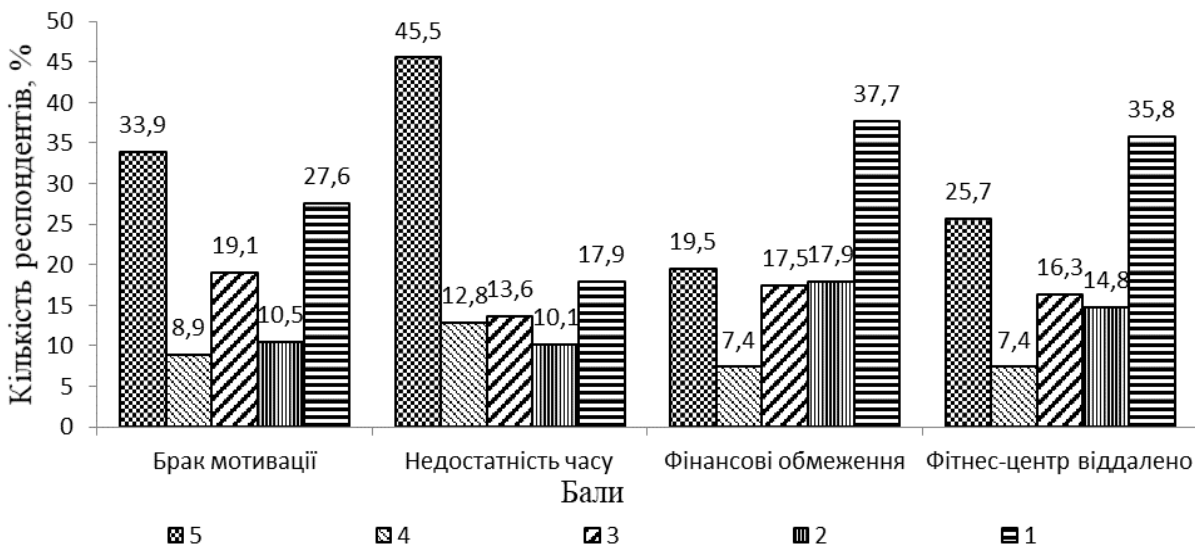


Рис.6. Чинники, що перешкоджають заняттям фітнесом («Які чинники перешкоджають вам займатись фітнесом?», n=257)

Найбільш значущим чинником, що перешкоджає займатись фітнесом, є недостатність часу: 45.53% респондентів оцінили цей чинник на рівні 5. Другим за важливістю є брак мотивації, який отримав 33.85 % на рівні 5. Цей чинник більш

виражений серед жінок (42.1% оцінили цей чинник на рівні 5) ніж в чоловіків (26.5 % п'ятибальних оцінок). Фінансові обмеження і віддаленість фітнес-центру менш суттєві, але все ж таки впливають на рішення займатись фітнесом (19.46% і 25.68% відповідно оцінили ці чинники на рівні 5). Найменш суттєвим чинником є фінансові обмеження, де 37.74% респондентів оцінили його на рівні 1, що означає, що цей чинник не перешкоджає їм займатись фітнесом.

Анкетування респондентів включало питання про те, які сервіси вони вважають важливими для комфортного фітнес-заняття. Відповіді оцінювалися за шкалою від 1 до 5, де 1 означає, що сервіс зовсім не важливий, а 5 - дуже важливий. Дані представлені на рис. 7:

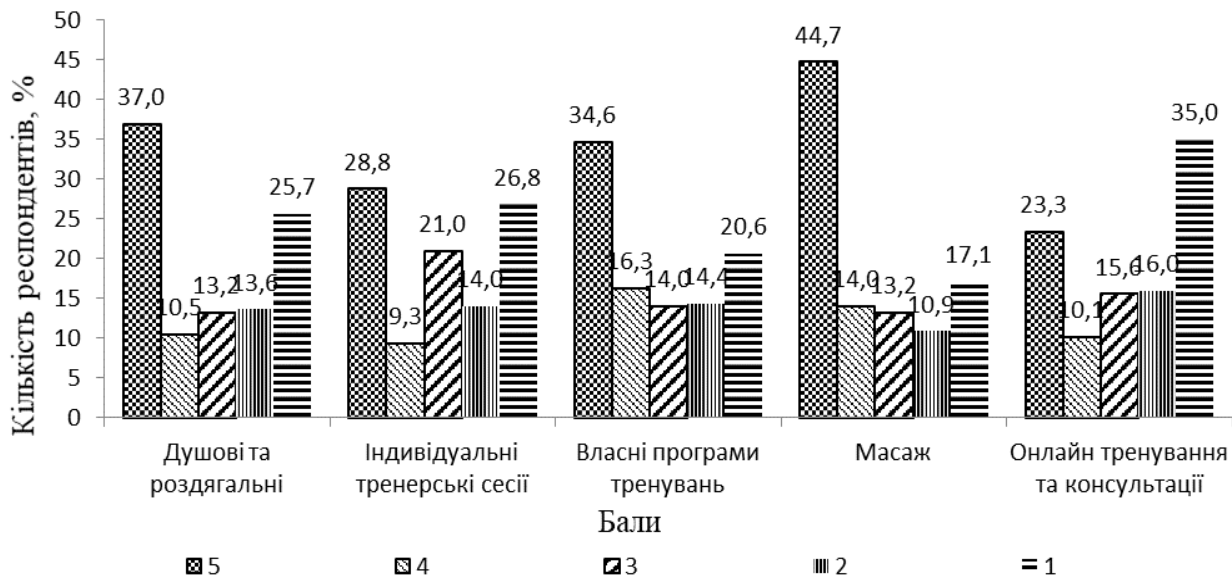


Рис.7. Важливість різних сервісів для комфортного фітнес-заняття («Які сервіси ви вважаєте важливими для комфортного фітнес-заняття?», n=257)

За результатами анкетування, найбільш важливими сервісами для комфортного фітнес-заняття респонденти вважають масаж (44.75% оцінили його на рівні 5) та душові і роздягальні (36.96%). Власні програми тренувань також отримали високі оцінки важливості (34.63%).

Індивідуальні тренерські сесії і онлайн тренування та консультації мають змішані відгуки, з помірним числом респондентів, які оцінили їх як дуже важливі (28.79% та 23.35% відповідно), але також значний відсоток респондентів вважають ці сервіси менш важливими або зовсім не важливими (26.85% та 35.02% оцінили їх на рівні 1).

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Результати анкетування вказують на різний рівень задоволеності результатами фітнес-занять між чоловіками та жінками. Чоловіки частіше є помірно задоволеними, тоді як жінки демонструють вищий рівень абсолютно незадоволених. Це може вказувати на відмінності в очікуваннях та критерії оцінки ефективності фітнес-програм між гендерами. Недостатність часу і брак мотивації є головними перешкодами для занять фітнесом. Фінансові обмеження і віддаленість фітнес-центру також впливають, але менше. Дані вказують на те, що для підвищення участі у фітнес-заняттях важливо розробляти програми, що враховують ці перешкоди. Основними пріоритетами для респондентів є наявність масажу, душових та роздягальнь, а також можливість користуватися власними програмами тренувань. Індивідуальні тренерські сесії і онлайн тренування та консультації отримали змішані оцінки, що свідчить про їхню значущість для певних груп респондентів, але не для всіх.

Перспективи подальших досліджень включають детальне вивчення та узагальнення інформації про фітнес індустрію в Китаї та інших країнах. Це дозволить виявити тенденції для створення ефективних маркетингових стратегій.

Література

- 1.Chen, J., & Wang, L. (2020). Understanding Chinese consumer behavior: An exploration of cultural values and buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 37(3), 350-362.
- 2.Liu, Y., & Li, X. (2021). Cultural influences on consumer behavior in China: A review and future research directions. *International Journal of Consumer Studies*, 45(5), 911-922.
- 3.Liu, Y., & Zhang, J. (2019). A Study on Marketing Strategy of Fitness Industry in China Under Big Data Environment. *International Journal of Computational Engineering Research (IJCER)*, 9(4), 144-151.
- 4.Smith, A. (2018). Economic transitions and consumer preferences in China. *Journal of Business Research*, 75, 134-142.
- 5.Wang, J., & Lim, M. (2019). Determinants of Chinese Consumers' Intention to Purchase Fitness Services: A Social Cognitive Theory Perspective. *Frontiers in Psychology*, 10, 2518.
- 6.Wu, H., Lu, Y., & Wang, Y. (2019). Exploring the impact of socio-economic factors on consumer behavior in China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 256-270.
- 7.Xu, H., & Yang, M. (2020). The Influence of Culture on Consumer Behavior in Fitness Industry: A Case Study of China. *Journal of Human Sport and Exercise*, 15(1), 39-51.

8.Zhang, Y., & Ma, X. (2018). Research on the Development of Smart Fitness Equipment in China. International Journal of Sports Science & Coaching, 13(5), 671-680.

9.Zhang, Y., & Pease, D. G. (2019). China's Fitness Industry: A New Stage of Development. Frontiers of Economics in China, 14(2), 294-321.

References

1.Chen, J., & Wang, L. (2020). Understanding Chinese consumer behavior: An exploration of cultural values and buying behavior. Journal of Consumer Marketing, 37(3), 350-362.

2.Liu, Y., & Li, X. (2021). Cultural influences on consumer behavior in China: A review and future research directions. International Journal of Consumer Studies, 45(5), 911-922.

3.Liu, Y., & Zhang, J. (2019). A Study on Marketing Strategy of Fitness Industry in China Under Big Data Environment. International Journal of Computational Engineering Research (IJCER), 9(4), 144-151.

4.Smith, A. (2018). Economic transitions and consumer preferences in China. Journal of Business Research, 75, 134-142.

5.Wang, J., & Lim, M. (2019). Determinants of Chinese Consumers' Intention to Purchase Fitness Services: A Social Cognitive Theory Perspective. Frontiers in Psychology, 10, 2518.

6.Wu, H., Lu, Y., & Wang, Y. (2019). Exploring the impact of socio-economic factors on consumer behavior in China. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 31(1), 256-270.

7.Xu, H., & Yang, M. (2020). The Influence of Culture on Consumer Behavior in Fitness Industry: A Case Study of China. Journal of Human Sport and Exercise, 15(1), 39-51.

8.Zhang, Y., & Ma, X. (2018). Research on the Development of Smart Fitness Equipment in China. International Journal of Sports Science & Coaching, 13(5), 671-680.

9.Zhang, Y., & Pease, D. G. (2019). China's Fitness Industry: A New Stage of Development. Frontiers of Economics in China, 14(2), 294-321.

DOI: [https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.8\(181\).02](https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.8(181).02)

УДК: 796.332.015.14*06

Байрачний О.В.,
кандидат наук з ф.в.с, доцент, завідувач кафедри футболу
Національного університету фізичного виховання і спорту України, Київ
<https://orcid.org/0000-0003-3013-0845>

КОГНІТИВНІ ЗДІБНОСТІ ЯК ОДИН З КРИТЕРІЇВ ВІДБОРУ ТА ОРІЄНТАЦІЇ СПОРТСМЕНІВ РІЗНОГО ВІКУ В ІГРОВИХ КОМАНДНИХ ВИДАХ СПОРТУ (НА ПРИКЛАДІ ФУТБОЛУ)

Організація та методика відбору в системі багаторічної підготовки спортсменів є однією з найбільш комплексних проблем в теорії та практиці спортивної підготовки та передбачає розробку і реалізацію науково-методичних напрацювань одразу в декількох напрямках: прогнозуванні, моделюванні та контролі. Як наслідок в ігрових командних видах спорту і зокрема у футболі, забезпечення ефективності процесу відбору та орієнтації обумовлюється комплексною оцінкою здібностей спортсмена, що охоплює всі сторони його підготовленості.

В наш час повноцінна психодіагностика і практичне застосування отриманих даних в процесі відбору, змагальній діяльності та в навчально-тренувальному процесі юних футболістів різного віку все ще є резервом, що здатен суттєво підвищити ефективність підготовки спортивного резерву у футболі. Не виключенням є і вивчення когнітивної сфери гравців, брак уваги до якої, призводить до зниження прогностичної цінності висновків про потенційні можливості футболістів, а також негативного впливу на ефективність підготовки за окремими напрямками і насамперед тактико-технічним.

З метою визначення рівня сформованості ряду когнітивних здібностей юних футболістів різного віку були проведені відповідні діагностичні заходи, що дозволили встановити динамічні характеристики змін окремих когнітивних показників на різних етапах підготовки. Два тести, що використовувались під час діагностики, показали узгоджені між собою результати в частині визначення вікових меж, де спостерігається стабілізація темпів простоту досліджуваних показників. Отримані дані можуть використовуватись в якості критеріїв оцінки ступеню придатності юного футболіста до ефективного функціонування в межах спортивної діяльності на конкретному етапі багаторічної підготовки.

Ключові слова: ігрові командні види спорту, когнітивні здібності, юні футболісти, відбір.

Bairachnyi O.V. Cognitive abilities as one of the criteria for the selection and orientation of athletes of various ages in game team sports (for example, football). Selection in the system of long-term training of athletes is one of the most complex problems in the theory and practice of sports training and involves the development and implementation of scientific and methodological developments in several directions at once: forecasting, modeling and control. As a result, in game team sports and in particular in football, ensuring the effectiveness of the selection and orientation process is determined by a comprehensive assessment of the athlete's abilities, covering all aspects of his preparation.

Nowadays, psychodiagnostics and the practical application of the obtained data in the process of selection, competitive activity and in the educational and training process of young football players of various ages are still a reserve that can significantly increase the effectiveness of the training of the sports reserve in football. Not an exception is the study of the cognitive sphere of