

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ КЛИЕНТОВ В ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ

**Аннотация.** Данная статья посвящена теме повышения мотивации клиентов, занимающихся в фитнес клубах. В статье приведены результаты анализа актуальных литературных источников по проблеме повышения мотивации клиентов в фитнес клубе.

**Abstract.** This article is devoted to the topic of increasing the motivation of clients working out in fitness clubs. The article presents the results of an analysis of current literary sources on the problem of increasing client motivation in a fitness club.

**Ключевые слова:** мотивация, мотивы, фитнес-индустрия.

**Keywords:** motivation, motives, fitness industry.

### Введение

В современном обществе, где стремление к здоровому образу жизни становится все более актуальным, фитнес-клубы играют важную роль в поддержании физической активности. Однако, чтобы клиенты не только начали заниматься, но и продолжали это делать с энтузиазмом, необходимо использовать психологические методы мотивации.

В настоящее время существенный вклад в обеспечение разносторонней физической активности населения вносят фитнес-клубы, оснащённые современными тренажерами и спортивным оборудованием. Ежегодно открываются новые направления в фитнесе, проводятся различные фестивали и фитнес-конференции, организуют соревнования для всех членов семьи [1]. Современному человеку, живущему в мегаполисе уже сложно представить свою жизнь без фитнеса.

Проблема изучения мотивации является одной из важнейших в современной психологии, она сложна и многоаспектна, что обуславливает множественность понимания её сущности, природы и структуры. Существует большое количество литературы и разработан целый ряд подходов в изучении мотивации в психологии. Несмотря на то, что единого и общепринятого определения понятия мотивации не существует до сих пор и различные авторы характеризуют мотивацию с учётом специфики того научного направления, в котором они работают, несомненным остаётся то, что мотивация является главной движущей силой в поведении и деятельности человека. [3]

Изучением мотивации занимались такие ученые как А. Маслоу, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, а также исследователи А.Б. Смирнов, Ю.С. Новожилова, М.Н. Романенко и В.И. Поваров.

В мире фитнеса эффективность тренировок не зависит только от программы упражнений, разработанной тренером. Однако часто забывается, насколько важным является психологический аспект для достижения фитнес-целей и реализации поставленных задач.

**Объект** исследования – процесс повышения мотивации к занятиям физической культурой у клиентов в фитнес клубе.

**Цель** исследования – выявить основные методы повышения мотивации клиентов в фитнес-индустрии.

На основе анализа литературных и интернет источников удалось выделить и систематизировать 5 ключевых направлений повышения мотивации клиентов в фитнес клубе:



1) Постановка целей:

Важным шагом в повышении мотивации является помощь клиентам в определении четких и реалистичных целей. Психологические методы, такие как SMART-цели [9] (специфичные, измеримые, достижимые, релевантные, ограниченные по времени), помогают создать осознанные и мотивирующие задачи. SMART — это методика постановки целей и задач в любой сфере человеческой жизни. Суть методики в том, чтобы сделать абстрактные цели понятными, конкретными, систематизированными и достижимыми. Джордж Т. Доран, эксперт в области стратегического планирования, впервые описал эту методику в статье «S.M.A.R.T. — способ описания управленческих целей и задач» в 1981 году.

2) Использование позитивной подкрепляющей обратной связи:

Психологические принципы положительной подкрепляющей обратной связи могут значительно усилить мотивацию. Тренеры могут активно подчеркивать достижения клиентов, даже тех, которые кажутся мелкими. Это создает положительное эмоциональное состояние и укрепляет внутреннюю мотивацию для достижения поставленных целей.

3) Индивидуализация подхода:

Каждый клиент уникален, и успешные психологические методы мотивации требуют индивидуализации. Знание личных целей, страхов и предпочтений клиента позволяет тренеру разработать персонализированный подход, поддерживая индивидуальные потребности. Данный подход основан на актуализации личностных качеств человека.

4) Создание системы поддержки:

Групповые тренировки и взаимодействие с другими участниками создают эффективную систему поддержки. Психологический эффект социальной поддержки может существенно повысить мотивацию клиентов, обеспечивая чувство общности и взаимной ответственности. При персональных занятиях тренеру важно сформировать у клиента доверие и комфортную атмосферу для межличностного взаимодействия.

5) Преодоление страхов и сопротивления:

Тренеры должны быть готовы работать с клиентами, чтобы преодолеть страхи и сопротивление, мешающие достижению целей. Психологические методы, такие как когнитивно-поведенческая терапия, могут помочь преодолеть эти барьеры.[2]

Заключение

Использование психологических методов для повышения мотивации клиентов в фитнес индустрии является ключевым элементом успешной тренировочной программы. Тренеры, освоившие эти методы, могут не только помочь клиентам достичь лучших результатов, но и создать долгосрочный интерес к здоровому образу жизни.

Полученная теоретическая информация является базой для разработки программы эмпирического исследования на примере персональных тренировок в фитнес клубе.

*Список литературы:*

1. Анжурова, А.М. Vt технологии в фитнес индустрии для повышения мотивации клиентов / А.М. Анжурова, Л.К. Найзабаева // Актуальные научные исследования в современном мире. 2021. № 5-2 (73). С. 13-18.
2. Бек Джудит С. «Когнитивно-поведенческая терапия. От основ к направлениям» ПИТЕР 2022
3. Горбач, Н. С. Мотивация в психологии: история и современное состояние проблемы / Н. С. Горбач. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 3 (345). — С. 42-44. —
4. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2019 – 400 с.
5. Романенко, Н.Н. Пути повышения мотивации женщин первого зрелого возраста, занимающихся фитнесом / Н.Н. Романенко, Д.В. Ладейщикова, А.С. Остапчук, Н.Х. Кудяшев // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2021. № 4 (194). С. 389-392.



6. Пешкова, Н.В. Исследование особенностей мотивации физкультурно-оздоровительной деятельности клиентов фитнес-клубов / Н.В. Пешкова, М.В. Базилевич, Д.П. Сальшин // Северный регион: наука, образование, культура. 2022. № 2 (50). С. 71-78.
7. Поваров, В.И. Проблема снижения мотивации у занимающихся в фитнес-центрах / В.И. Поваров // Инновационная наука. 2016. № 6-2. С. 245-247
8. Смирнов, А.Б., Формирование мотивации к занятиям физической культурой у занимающихся в фитнес-клубе / А.Б. Смирнов, Ю.С. Новожилова // Проблемы современного педагогического образования. 2019. № 62-4. С. 202-205.
9. Doran, G. T. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives // Management Review : журн. — 1981. — Vol. 70, no. 11. — P. 35–36.

