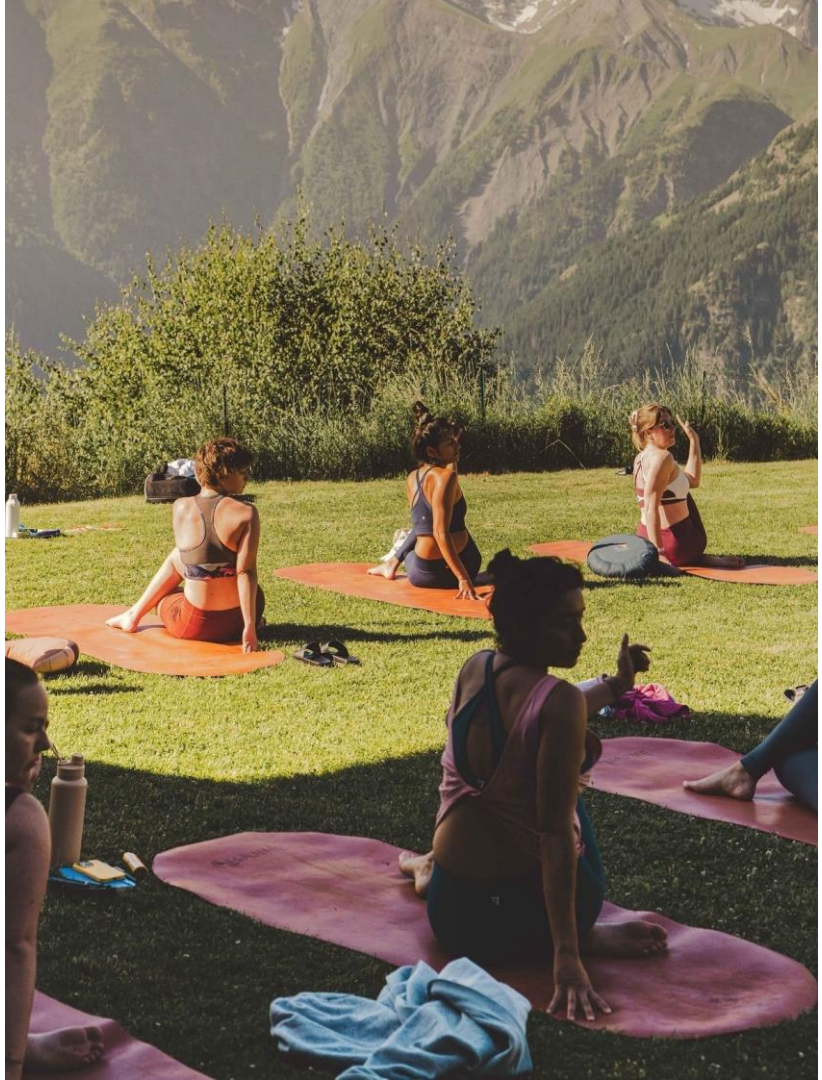
# Мобильный фитнес-сервис с выездом тренера «МобиФит»





Специалисты в области физической культуры и спорта фиксируют устойчивую тенденцию, связанной с тем, что у людей формируется потребность в физических упражнениях **не только в залах, но и в парках, на набережных, на природе -** ради психологического восстановления, снятия стресса и получения удовольствия от процесса занятий физической культурой. ACSM включает «упражнения для психического здоровья» в топ-трендов, а пандемия ускорила интерес к outdoor-активностям.

В Ставрополе этот **тренд перекликается с растущим спросом жителей на занятия спортом**. В 2023 году жители края потратили на фитнес 2,5 млрд рублей - почти в 5 раз больше, чем все республики СКФО вместе. **Рынок фитнеса ЮФО и СКФО за 5 месяцев 2025 года вырос на 18%, Ставрополь - в тройке крупнейших по обороту городов округа**. Население - 563,1 тыс. человек.

**Но тренировочные залы** привязывают людей к помещению и абонементу. Мобильный формат с разовой оплатой и тренировкой «на определённой территории» снимает оба барьера.

**Ставрополь - идеальная площадка для проведения тренировочных занятий на свежем воздухе:** более 200 солнечных дней в году (≈2 187 часов сияния, дни без солнца - в основном ноябрь-февраль), поэтому с апреля по октябрь можно тренироваться на улице без крытых залов. Парки, скверы и открытые площадки - готовая инфраструктура без арендной платы, что снижает главную статью расходов и делает ценник доступным.

## АКТУАЛЬНОСТЬ

+ + +

**КМВ** - второй рынок для данной услуги, но с другим драйвером. В 2025 году Кавказские Минеральные Воды посетили 6,7 млн человек - на 17,8% больше, чем в 2024-м . Турист хочет активности во время отдыха, но не покупает абонемент на 7–14 дней. Природные локации (парки, терренкуры) - готовый «зал под открытым небом», который не нужно арендовать



**Ключевой разрыв, который закрывает проект:**

1. В Ставрополе проживает около 560 тысяч человек, население растёт за счёт миграции и студенчества . Это создаёт устойчивую базу для сервисного бизнеса.

2. При этом средняя зарплата в крае - около 64 тысяч рублей, что ниже среднероссийской . Значит, ценовой сегмент должен быть массовым и доступным, а не премиальным.

3. Женщины составляют до 70% аудитории фитнеса, и студийные форматы для них - растущий сегмент .



# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

**Цель проекта:**
Создать мобильный фитнес-сервис «МобиФит», который проводит групповые и корпоративные тренировки с выездом тренера и полным инвентарём в любую удобную локацию, - сначала в Ставрополе, а затем с расширением на города КМВ.

**Задачи проекта**

1. Операционные:
- Сформировать переносной комплект инвентаря (резинки, коврики, малые гантели) для группы 8–12 человек.
- Разработать 3 формата тренировок: парковая (выходные), обеденная офисная (будни), выездная групповая по запросу.
- Провести 10 пилотных тренировок в Ставрополе и собрать обратную связь.

2. Организационные:
- Оформить самозанятость или ИП.
- Рассчитать юнит-экономику одной тренировки и корпоративного выезда.
- Выйти на точку безубыточности к 3–4 месяцу реализации.

3. Маркетинговые:
- Запустить продвижение через районные чаты, Telegram/MAX/VK, партнёрства с офисами и вузами Ставрополя.
- Сформировать базу лояльных клиентов (не менее 50 человек к концу 3-го месяца).

4. Этап масштабирования (КМВ):
-. Адаптировать форматы под туристическую аудиторию (парки Кисловодска, терренкуры, гостиницы).
- Установить партнёрства с 2–3 санаториями/отелями КМВ для корпоративных выездов и «зарядок для гостей».

# АНАЛИЗ РЫНКА

1. Ставрополь (основной рынок):
- Объём рынка фитнеса в крае - 1,5 млрд рублей, рост 36% за год .
- Основные расходы действующих игроков - аренда (23–25%) и фонд оплаты труда (35–40%) . Мобильная модель не несёт расходов на аренду, что даёт структурное преимущество по себестоимости.
- Конкуренты - стационарные залы и студии. Мобильный формат с выездом в парк, офис или двор в Ставрополе не представлен как отдельная бизнес-модель.
- Население города - около 560 тыс. человек, значительная доля - студенты и офисные сотрудники.

КМВ (рынок масштабирования):
- Крупный курортный кластер с многомиллионным туристическим потоком.
- Уникальные бесплатные локации - парки, терренкуры, склоны, которые можно использовать как «тренажёрный зал под открытым небом».
- Санатории и гостиницы - потенциальные партнёры, которым нужна активность для гостей.

Конкурентные преимущества проекта:
1. Отсутствие аренды = низкая себестоимость и гибкий ценник;
2. Мобильность = тренировка там, где удобно клиенту;
3. Уникальные локации КМВ как «фишка» продукта;
4. Два источника выручки: городской (круглогодичный) и курортный (сезонный).

Риски и способы их снижения:
1. Сезонность в Ставрополе (зима) - смещение в офисы и крытые локации;
2. Зависимость КМВ от туристического сезона - диверсификация между местными и приезжими клиентами;
3. Погодные условия - наличие «запасной» крытой локации.

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

| Сегмент | Локация | Потребность | Формат |
|---|---|---|---|
| Офисные сотрудники 25–45 лет | Ставрополь | Активность без похода в зал, тимбилдинг | Обеденные тренировки, корпоративные выезды |
| Студенты и молодёжь 18–25 лет | Ставрополь | Дешёвый групповой формат без абонемента | Парковые тренировки выходного дня, разовые события |
| Женщины 25–45 лет, стесняющиеся зала | Ставрополь | Комфортная среда без «оценки» | Группы для новичков |
| Туристы и отдыхающие санаториев | КМВ | Активность во время отдыха | Разовые тренировки в парках и на терренкурах |
| Санатории и отели | КМВ | Чем занять гостей | «зарядка для гостей», выездные сессии |

# ФОРМАТЫ И МОНЕТИЗАЦИЯ

| Формат | Описание | Цена |
|---|---|---|
| Групповая pop-up тренировка | Открытый набор через соцсети и чаты, парк или площадка | 400–700 ₽ с человека |
| Корпоративный выезд | Тренировка для офиса, отеля, санатория | 10 000–15 000 ₽ за мероприятие |
| Разовое событие | Тематическая тренировка, фитнес-пикник, участие в городском празднике | По договорённости |

**Два этапа реализации:**

**Этап 1 - Ставрополь (1–4 месяц):** отработка операционной модели и юнит-экономики на плотном городском потоке. Проведение пилотных тренировок, набор базы клиентов, выход на безубыточность.
**Этап 2 - КМВ (5–8 месяц):** масштабирование. Адаптация форматов под туристическую аудиторию (тренировки в Кисловодском парке, на терренкурах, у гостиниц), партнёрство с санаториями и отелями, «выездные уикенды» для ставропольцев.