DOI: https://doi.org/10.53486/sstc2026.v1.71
CZU: 339.138:796(478)

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE FITNESS SERVICES MARKET

TENDINȚELE DEZVOLTĂRII PIEȚEI SERVICIILOR DE FITNESS

GORE Xenia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică
Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: gore.xenia@ase.md

Abstract: *This paper analyzes the main development trends of the fitness services market in the context of current economic, technological, and social changes. The aim of the research is to identify the key factors influencing the growth of this market and to propose strategic directions for industry operators. To achieve this objective, the research aims to: identify the major trends shaping the fitness services market ; analyze the impact of digital technologies and changes in consumer behavior; propose strategies for the adaptation and development of fitness businesses*
Key-words: *fitness services, market trends, digital technologies, consumer behavior, fitness industry*
JEL CLASSIFICATION: I1, M31, Z33, L83, O33

INTRODUCERE

Evoluția fitness-ului a trăit schimbări radicale, acesta trecând de la o activitate de nișă orientată către atleți și sportivi profesioniști în domeniu, la un pilon esențial în stilul modern al oamenilor, accesibil și necesar oricăruia pentru sănătate și echilibru zilnic. Piața serviciilor de fitness de astăzi este foarte diversificată, aceasta depășind sfera tradițională a sălilor de forță.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Piața actuală este definită de următoarele componente:

1. Centre fizice, zone de antrenament având echipamente moderne pentru forță, acestea funcționând adesea pe bază de abonamente și pot reprezenta cluburi mici sau rețele mari cu mai multe locații.
2. Antrenamente de grup care includ clase de yoga, pilates, cycling, aerobic, stretching, zumba.
3. Servicii cu antrenor personal calificat care oferă programe de antrenamente individuale, ghidare, motivare, susținere, consultare în domeniul alimentației, și asistență în atingerea rezultatelor solicitate.
4. Fitness în aer liber, ceea ce presupune în sine instalațiile complexe de joacă și fitness fiind asigurate cu diferite aparate de antrenamente (bare paralele, bare fixă, biciclete statice, aparate eliptice, steppere, prese pentru picioare, aparate pentru umeri) instalate în proximitate în cartiere, parcuri, care sunt cu acces gratuit și facilitează practicarea exercițiilor fizice.
5. Programe pentru copii și tineri cum ar fi (fotbal, baschet, volei, tenis, înot, arte marțiale) diversificând astfel serviciile de sport pentru diferite categorii de vârstă.
6. Serviciile “all inclusive” care sunt oferite de fitness cluburi ce pot include zone de SPA, saune, masaj etc.
7. Aplicații fitness online, adaptate la cerințele de digitalizare a pieții fitness și la nevoile diferitor segmente de vârstă și sex etc.

Scopul lucrării este de a analiza și evidenția strategiile de business și adaptare la noile tendințe pe piața serviciilor de fitness, marcate de progresul tehnologic, îmbătrânirea populației, focusate pe recuperare și sustenabilitate, evidențiind necesitatea de implimentarea unor strategii inovatoare și durabile în dezvoltarea domeniului.

*Digitalizarea și tehnologiile inteligente.*Transformarea digitală s-a extins dincolo de spațiul fizic, tehnologiile permit utilizatorilor să aleagă între antrenamentele în sală și cele de acasă, analizând prin intermediul unei poze componentele mesei, calculând beneficiile, caloriile, proteinele etc, de asemenea personalizând regimul alimentar în dependență de doleanțele utilizatorului. Accesibilitatea non stop este menționată ca un beneficiu prioritar în cazul acestui serviciu, deoarece elimină barierele geografice, de timp și de cost.

În acest sens colectarea datelor se efectuează, de exemplu, prin intermediul ceasurilor inteligente care oferă date precise despre starea de sănătate cum ar fi (ritmul cardiac, durata somnului, nivelul de activitate, numărul pașilor și cantitatea caloriilor arse, etc.) oferind astfel o imagine clară asupra progresului efortului fizic al posesorului. Aceste echipamente cum ar fi (brățara inteligentă fitness, inelul inteligent sau ceasul inteligent) conectate pot analiza performanțele în timp real și, în dependență de nevoile utilizatorului, pot solicita ajustarea automată a intensității antrenamentelor. Datele colectate ulterior sunt folosite de către algoritmul aplicațiilor fitness pentru a crea planuri de antrenamente și diete personalizate, adaptate maxim posibil la profilul metabolic și obiectivele utilizatorilor. Astăzi, indiferent de domeniu de activitate, afacerile sunt nevoite să țină pasul cu tehnologiile și mereu să fie în căutare de oportunități pentru a-și crește avantajele concurențiale a serviciilor oferite.

Creșterea interesului pentru sănătatea holistică. Este o schimbare caracteristică societății moderne, aceasta reflectă dorința crescută a oamenilor de a aborda sănătatea nu doar prin prisma tratării bolilor, dar și prin îngrijirii întregului corp. Acest concept tratează omul ca un întreg accentuând conexiunea dintre minte, corp și spirit pentru a obține în rezultat o stare de bine.

Acest interes a fost trezit din motiv că: oamenii caută soluții care comasează alimentația sănătoasă, mișcarea, gestionarea stresului și terapiile alternative. În urma intereselor asupra beneficiilor practicilor precum acupunctura sau yoga au atras atenția asupra metodelor care pun accent pe echilibrul energetic și emoțional. Oamenii au ales să ofere atenție mai mare asupra importanței somnului calitativ, a unei diete personalizate conform stilului de viață și a prevenției bolilor, în locul tratării simple a simptomelor. Sănătatea holistică încurajează individul să participe activ la procesul de vindecare. (USMF, 2015)

Diversificarea ofertei . Presupune în sine strategia esențială pentru atragerea unei baze mai largi de clienți și creșterea loialității acestora. Această strategie implică adaptarea serviciilor la diferite nivele de experiență și interese, oferind în același timp facilități bine întreținute și echipamente de înaltă calitate. Aceasta poate conține introducerea lecțiilor individuale, tabere sportive, turnee pentru a oferi varietate și a menține interesul membrilor. De asemenea pot fi adoptate tendințe moderne cum ar fi antrenamentele în aer liber sau antrenamente de mare intensitate. Abordarea acestei strategii permite centrelor de fitness să se diferențieze semnificativ pe piață.

Accentul pe sustenabilitate . Este numit fitness sustenabil. Este o abordare care are la bază alegerea unor activități cu impact redus asupra mediului, aici fac parte activități precum drumețiile sau ciclismul. Pentru mulți oameni abonamentul la sală se transformă dintr-o investiție în sănătate, într-o cheltuială inutilă, motivele fiind multiple. (Aronia Charlottenburg, 2026)

Perioadele de vârf în timpul anului . Luna ianuarie este luna cu cea mai mare afluență de public, datorită efectului „Anului Nou”. Multe dintre săli înregistrează cele mai multe abonamente noi în această perioadă. Lunile martie-mai sunt adesea percepute ca perioade de pregătire pentru vară „pentru a fi în formă pentru plajă”. În luna septembrie are loc revenirea clienților fideli și reluarea activităților după concediile de vară.

Momentele zilei cu interacțiune maximă. Cele mai aglomerate sunt orele de vârf, cu intervalul între 17:30 și 20:30, când marea majoritate a persoanelor finisează programul de lucru. În același timp orele de dimineață sunt adresate unui segment important de clienți care preferă, intervalul 07:00-09:00 pentru antrenamentele de activare înainte de muncă. Orele pasive sau cum se mai spune “ orele moarte” constituie intervalul 11:00 - 15:00, fiind considerat a fi cel mai liber fiind

și ideal pentru cei care doresc să evite aglomerația și să profite de acces facil la toate utilajele fitness. (MedLife, f.a.)

Aceste date, referitoare la sezonalitate și la consumatori, reprezintă o resursă strategică esențială a sălilor de fitness. În urma analizei acestor intervale, un club de fitness poate trece de la așteptarea clienților la gestionarea cererii. Cunoașterea momentelor de vârf permite implementarea unor strategii care maximizează profitul și reduc semnificativ pierderile în intervalele ce au un flux redus de clienți. Astfel sălilor de fitness pot fi recomandate următoarele activități:

- Pentru a umple intervalul 11:00 – 15:00, cluburile pot introduce abonamente la preț redus, valabile doar pentru acest interval de timp. Această promoție atrage studenții, oamenii cu program flexibil sau persoanele în vârstă care nu muncesc, dar doresc să practice sportul pentru a menține o viață activă, astfel eliberând spațiul în orele de seară pentru clienții cu tarif întreg.
- Cluburile pot oferi puncte de loialitate sau bonusuri clienților care aleg vizitele de dimineață, menținând un flux constant pe parcursul zilei și distribuind sarcina asupra infrastructurii sălii fitness.
- Extinderea zonei de cardio sau introducerea mai multor clase de grupuri simultane în intervalele aglomerate pentru a absorbi fluxul de oameni, deoarece un club supraaglomerat poate duce în final la pierderea clienților.

Tabelul 1. Avantajele și dezavantajele percepute despre sala de fitness

Avantaje percepute	**Dezavantaje reale**
Varietate de echipamente moderne și specializate	Costurile ridicate devin o barieră, mai ales atunci când frecvența vizitelor scade
Acces la antrenori calificați, antrenamente de grup, servicii SPA	Timp pierdut din motivul circulației către și de la sală
Mediu structurat dedicat exclusiv sportului	Aglomerația, mediu închis și neschimbat
Comunitate, motivație suplimentară pentru a face mișcare	Impactul ecologic negativ prin consumarea cantităților mari de energie pentru climatizare, iluminare și funcționarea unor aparate
Individualizarea serviciilor	Atmosfera competitivă și orientată spre imagine poate intimida și demotiva pe cineva

Sursă: Elaborat de autor

Analiza situației actuale a pieței. În Republica Moldova platformele de servicii sportive indică existența a peste 100 – 150 de locații active. Aplicațiile precum UpFit oferă acces la o rețea de peste 100 de săli sportive partenere în Moldova. Cea mai mare concentrația a sălilor performante de fitness poate fi observată în orașul Chișinău comparative cu numărul mult mai mic de săli moderne în celelalte orașe ale țării precum Bălți, Ungheni, Orhei, Cahul sau Anenii Noi etc. (Diez.md, 2022) (Lista.md, f.a.) (NewsMaker 2022)

Inflația este fenomenul care se manifestă prin majorarea prețurilor la bunuri și servicii, pentru o anumită perioadă de timp. Inflația se măsoară utilizând Indicele Prețurilor de Consum (IPC) (Banca Națională a Moldovei, 2015)

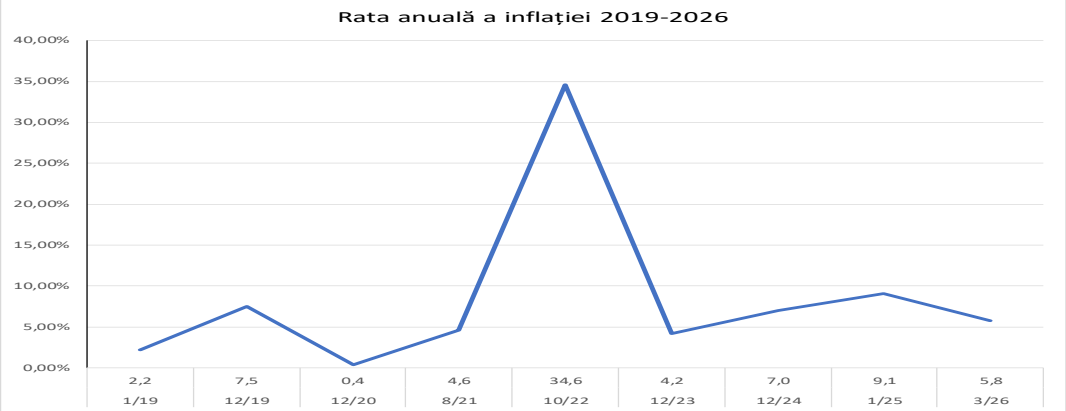


Figura 1. Rata anuală a inflației
Sursa: Banca Națională a Moldovei

După cum observăm graficul de mai sus reprezintă evoluția ratei inflației în Republica Moldova evidențiind o perioada de stabilitate relativă urmată de un șoc masiv în jurul anului 2022, atunci când inflația a depășit pragul de 30%. (Banca Națională a Moldovei, f.a.)

În timpul pandemiei, inflația a prezentat un nivel redus de creștere datorită faptului că oamenii aveau un consum limitat de produse și servicii - restaurantele fiind închise, călătoriile blocate, iar sălile de fitness au fost printre primele care au suferit în urma deciziilor de sistare a activităților. Acestea au avut de suferit pierderi masive de lichidități, multe au supravețuit doar datorită digitalizării, transferând antrenamentele din sălile de fitness pe platformele online cum ar fi Zoom, sau datorită "înghețarea" abonamentelor pentru o perioadă nedeterminată. Totuși putem deduce că creșterea mare de 34,62% din anul 2022 este cauzată de rezultatul combinat al pandemiei și al contextului politic regional definit de războiul din Ucraina.

Sălile de fitness au ieșit slăbite financiar din pandemie, fiind lovite de cele mai mari costuri de operare din istoria modernă a Republicii Moldova. Reprezentat de scumpirea utilajului sportiv, scumpirea gazului și electricității mai ales pentru sălile de fitness mari care au nevoie de climatizare non-stop etc.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Viitorul serviciilor de fitness din Republica Moldova aparține celor care vor reuși să îmbine tehnologia inteligentă cu abordarea holistică a sănătății, menținând în același timp un bussines flexibil care v-a fi capabil să se adapteze schimbărilor de conjunctură a pieții. Implementarea unor strategii bazate pe date referitoare la comportamentul consumatorului și investirea în soluții de eficiență energetică reprezintă direcțiile strategice esențiale pentru dezvoltarea sustenabilă a acestui sector.

În acest context putem sugera câteva strategii de dezvoltarea a afacerilor pe piața serviciilor de fitness, cum ar fi:

- Investiția în soluții digitale și platforme online pentru antrenamente și monitorizare a proceselor;
- Personalizarea serviciilor prin utilizarea datelor și a inteligenței artificiale;
- Diversificarea ofertei pentru a acoperi multitudinea segmentelor de consumatori și necesitățile acestora;
- Dezvoltarea unui brand bazat pe creșterea valorii sănătății holistice pe întreg parcursul vieții;
- Colaborarea activă cu alte industrii precum nutriția si wellness-ul.

Digitalizarea nu a omis nici acest sector de servicii, integrarea în aplicațiile mobile a sesiunilor de antrenament, de asemenea AI pentru personalizarea programelor individuale și monitorizarea rezultatelor. Totodată suprasaturarea pieții serviciilor de fitness, cum ar fi în orașul Chișinău,

stimulează cluburile să se diferențieze prin calitate, locație, diversitate sau alte servicii auxiliare pe care le pot oferi.

REFERINȚE

1. Aronia Charlottenburg. (2026). *De la sală la natură: ce înseamnă sustainable fitness în 2026? https://aronia-charlottenburg.ro/de-la-sala-la-natura-ce-inseamna-sustainable-fitness-in-2026/*
2. Banca Națională a Moldovei. (2015). *Inflația*. https://www.bnm.md/files/2_%20Infla%C8%9Bia-.pdf
3. Banca Națională a Moldovei. (f.a.). *Rata inflației*. https://www.bnm.md/ro/content/rata-inflatiei-0
4. Diez.md. (2022). *Best of: Lista sălilor de fitness din Chișinău pe care să le frecventezi și cât costă abonamentele*. https://diez.md/2022/04/02/best-of-lista-salilor-de-fitness-din-chisinau-pe-care-sa-le-frecventezi-cat-costa-abonamentele/
5. Lista.md. (f.a.). *Companii Sport: Regiunea Chișinău*. https://lista.md/companii/regiune/chisinau/categorie/sport
6. MedLife. (f.a.). *Vitmatina: Când facem sport, dimineața sau seara? Dilema sportivului de ocazie*. https://www.medlife.ro/articole-medicale/vitmatina-cand-facem-sport-dimineata-sau-seara-dilema-sportivului-de-ocazie.html
7. NewsMaker. (2022). *Acces la peste 100 de săli sportive cu aplicația Upfit*. https://newsmaker.md/ro/acces-la-peste-100-de-sali-sportive-cu-aplicatia-upfit
8. Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” (USMF). (2015). *Abordarea holistică*. https://medfam.usmf.md/wp-content/blogs.dir/95/files/sites/95/2015/12/ABORDAREA-HOLISTICA-.pdf

Coordonator științific: Liliana SAHARNEAN, drd, asist, univ.
ORCID ID: 0000-0003-1763-4694
Universitatea Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: saharnean.liliana@ase.md