

УДК 338.4

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ «ТВОЙ SPORTZAL» Г. ТЮМЕНИ)

ORGANIZATION OF THE SERVICE ACTIVITIES OF FITNESS CENTERS (ON THE MATERIAL «ТВОЙ SPORTZAL» IN TYUMEN)

Полина Николаевна Храмова, студентка 3 курса, кафедра сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Тюменский Государственный Университет, Тюмень, Российская Федерация

Hramovapolina13@mail.ru

Татьяна Валерьевна Рыбалова, кандидат культурологии, и.о. зав. кафедрой сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Тюменский Государственный Университет, Тюмень, Российская Федерация

t.v.rybalova@utmn.ru

Polina N. Hramova, 3 year student, Department of Service, Tourism and Hospitality Industry, Tyumen State University, Tyumen, Russian Federation

Hramovapolina13@mail.ru

Tat'jana V. Rybalova, Candidate of Cultural Studies, Acting Head Department of Service, Tourism and Hospitality Industry, Tyumen State University, Tyumen, Russian Federation

t.v.rybalova@utmn.ru

Аннотация

Динамичное развитие российской экономики дает возможность появиться на рынке новым, активно развивающимся под влиянием времени индустриям. Современная фитнес-индустрия в городах России является наиболее перспективной и развивающейся отраслью. Это связано с тем, что современное общество все больше приобщается к здоровому образу жизни.

Abstract

The dynamic development of the Russian economy makes it possible to appear on the market new industries that are actively developing under the influence of time. The modern fitness industry in the cities of Russia is the most promising and developing industry. This is due to the fact that modern society is becoming more attached to a healthy lifestyle.

Ключевые слова: *фитнес-индустрия, физкультурно-оздоровительные услуги, сервисная деятельность, рынок фитнес-услуг*

Keywords: *fitness industry, sports and health services, service activities, fitness services market*

Актуальность темы исследования обусловлена тем фактом что, фитнес-индустрия в настоящее время переживает подъем во всем мире и согласно оценке экспертов, по темпам развития фитнес-индустрия занимает второе место в мире после высоких технологий. Организация фитнес-центров способствует развитию оздоровительной работы с населением, повышает качество жизни и экономики региона. Правильно организованный процесс предоставления услуг является основным показателем конкурентоспособности сервисного предприятия.

Цель работы – изучить процесс организации сервисной деятельности фитнес-центр «Твой SportZal» г. Тюмень.

Слово «фитнес» в переводе с английского имеет двойное толкование: «пригодность» или «здоровье». Услуги фитнес-центров позволяют людям поддерживать хорошую физическую форму, сохранять работоспособность.

Основные задачи фитнеса:

- сбор информации и оценка физического состояния (диагностика);
- систематическое планирование физической активности (постановка цели);
- скоординированное воздействие на прочие сферы человеческой жизнедеятельности.

Специалисты определяют услугу как вид деятельности, работ, направленных на удовлетворение потребностей других людей, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта, то есть услуги - это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме общественно полезной деятельности. Таким образом, само оказание услуг создает желаемый результат. [Романович Ж.А., 2006, с. 111]

Физкультурно-оздоровительная услуга - деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в поддержании и укреплении здоровья, физической реабилитации, а также проведении физкультурно-оздоровительного и спортивного досуга. [Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 52024-2003 "Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования"] Соответственно, фитнес-центр – место предоставления таких услуг.

В фитнесе не только в России, но и во всем мире не существует четко обоснованного деления фитнес-клубов на сегменты как, например, в гостиничном бизнесе, где разделение происходит по наличию и качеству услуг для потребителей, и эти стандарты четко описаны и зафиксированы. Это обусловлено многими факторами, один из них - индустрия молода, причем по сравнению с тем же гостиничным бизнесом, который так же является сферой услуг, как и фитнес-бизнес.

На данный момент в России клубы условно делятся на премиум - класс, бизнес - и эконом-класс.

Наличие, хотя и условной, единой классификация позволяет:

- четко структурировать и упорядочивать фитнес-индустрию;
- формулировать важнейшие требования к деятельности фитнес-клубов, что позволяет оценивать качество предоставляемых ими услуг;
- формировать конкретные критерии деятельности;
- выделять основные категории;
- создавать систему оценки качества спортивно-оздоровительных услуг;
- потребителям спортивно-оздоровительных услуг ориентироваться в отношении мотивов и критериев выбора ими необходимого фитнес-клуба.

Однако, существует классификация основных физкультурно-оздоровительных услуг, которая позволяет более целенаправленно изучать рынок услуг и использовать эту информацию для совершенствования процесса управления соответствующими структурами. Конечно, рассмотреть все существующие виды спортивных услуг просто невозможно, поскольку число их увеличивается ежедневно.

Таблица 1-Типологизация услуг физкультурно-спортивных организаций по данным ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования»

<i>Группы услуг</i>	<i>Виды услуг</i>
I - связаны с активной спортивной деятельностью	– спортивные услуги; – физкультурно-оздоровительные
II – пассивное участие в спортивном процессе	– просмотр соревнований; – организация встреч, участие в спортивных событиях; – приобретение спортивного инвентаря
III – связаны с повышением качества жизни	– консультативные услуги; – рекреационные; – спортивно-оздоровительные и т.п.
IV – связанные с содержанием спортивного инвентаря	– сервисное обслуживание; – ремонт и т.п. деятельность.
V – сопутствующие услуги	– создание комфортных условий для всех посетителей спортивных сооружений; – услуги спортивно-развлекательной направленности; – услуги общественного питания и т.п. услуги
VI – услуги юридическим лицам	– создание благоприятных условий для развития бизнеса конкретных учреждений и организаций; – аренда спортивных сооружений; – рекламно-информационные услуги и т.п. услуги

Источник: составлено автором

Что касается правовых аспектов, то можно сказать, что деятельность фитнес-клубов связана с определенными правовыми рисками, о которых необходимо знать при организации этой деятельности. Так, например, на каждый вид услуг, которые оказывает фитнес-центр необходимо получить лицензию в Министерстве здравоохранения края или области, в котором будет функционировать фитнес-центр. Далее необходимо правильно составить договор, который будет предоставляться клиенту перед непосредственным оказанием услуг. В договоре с клиентом предусматривается комплекс оказываемых потребителю услуг (посещение тренажерного зала, бассейна, сауны, оказание консультационных услуг персональным инструктором и т.д.), срок действия абонемента, размер платы и порядок ее внесения, а также иные условия по усмотрению сторон.

Самое важное это то, что фитнес-центр должен соответствовать требованиям безопасности и санитарии, предъявляемые к местам проведения занятий по физической культуре и спортивному инвентарю. Необходимость уборки в перерывах между сменами устанавливается в соответствии с требованиями п 3.7 и п. 3.9.1 санитарных правил [СанПиН 2.1.2.1188-03. 2.1.2 «Проектирование, строительство и эксплуатация жилых зданий, предприятий коммунально-бытового обслуживания, учреждений образования, культуры, отдыха, спорта. Плавательные бассейны. Гигиенические требования к устройству, эксплуатации и качеству воды. Контроль качества. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы»]. Ежедневной дезинфекции подлежат помещения туалета, душевых, раздевалки, обходные дорожки, скамейки, дверные ручки и поручни, а ежедневная уборка должна проводиться в конце рабочего дня. Что касается безопасности, то администрация фитнес-клуба в своих правилах, договоре с клиентами, в отделе рецепции и в иных доступных местах должна размещать информацию о технике безопасности при пользовании снарядами и тренажерами в спортзале. Чтобы быть допущенными к занятиям, клиенты должны пройти инструктаж по технике безопасности, о чем поставить свою подпись в экземпляре договора клуба или в отдельном журнале.

Для более полного изучения деятельности фитнес-центров необходимо изучить такой аспект, как организационная структура и основные должности в отделах фитнес-центра. Любой фитнес-центр состоит из следующих основных отделов: отдел рецепции; отдел продаж и маркетинга; отдел фитнеса; финансовый отдел; отдел дополнительных услуг; хозяйственно-технический отдел. [Гилемханов А.Г., 2002. с. 38].

Изучив теоретические аспекты деятельности фитнес-центров, был рассмотрен тюменский рынок фитнес-услуг и деятельность конкретного фитнес-центра «Твой SportZal».

Основное направление развития сетевых спортивных предприятий, по мнению генерального директора сети фитнес-клубов «Территория Фитнеса» Алексей Колмыкова, видится в «городах с населением от полумиллиона человек и выше...». [Рынок фитнес-услуг 2016 в России: рост вопреки кризису, URL]. Таким образом, в настоящее время наибольший потенциал дальнейшего развития рынка фитнес-услуг будет приходиться на города с высокой численностью населения.

Индустрия фитнеса в Тюменской области стала складываться значительно позже, чем в крупных городах России. С 1980-х годов в городе зарождается такое направление, как бодибилдинг. Первые тренажерные залы, такие как «Антей», «Эдельвейс» и «Кванта+» работали именно для таких спортсменов. Появление фитнеса можно отнести к 2000-м годам и связано оно с заходом на тюменский рынок сетевых фитнес-центров, таких как «CityFitness» и «AthleticGym».

Фитнес индустрии города Тюмени в настоящее время находится в стадии развития. С точки зрения специалистов, эта сфера является одной из самых прибыльных для местных предпринимателей. Анализируя тюменский рынок фитнес-услуг можно сказать о том, что на рынке Тюмени отдельных клубов больше, чем сетевых. Но не смотря на это наблюдается тенденция все большего распространения сетевых клубов, которые вытесняют частные клубы с рынка. Связанно это с гибкой ценовой политикой сетевых фитнес-центров, рассчитанной на все слои населения. Потенциал развития рынка предоставления фитнес-услуг высок, он ежегодно увеличивается, в среднем, на 40%. В настоящий момент на территории Тюмени находится около 100 спортивных учреждений.

Самыми крупными сетевыми фитнес-центрами в городе Тюмени являются: AthleticGym, GEOsport и сеть спортивных клубов CityFitness&CityFox. Эти фитнес-центры являются самыми популярными в городе, с гибкой ценовой политикой, с удобным местоположением и программами лояльности для клиентов.

Фитнес-центра «Твой SportZal» не является сетевым фитнес-центром, но имеет конкурентные преимущества и за 2 года работы успешно зарекомендовал себя на рынке фитнес-услуг.

При создании клуба учредители поставили перед собой цель: улучшение состояния здоровья, коррективировка тела и в целом физического и духовного воспитания жителей Заречного микрорайона и всего города. Концепция заключается в создании современного, в то же время уютного фитнес-центра в спальном районе города.

На начальных этапах работы фитнес-центра и на этапах строительства руководство активно использовало следующие методы стимулирования и продвижения услуг организации:

- реклама в ТРЦ «Панама».
- Во всех спортивных буклетах, где перечисляется перечень спортивных услуг в городе.
- Распространение рекламной информации в магазинах спортивного питания.
- Распространение рекламной информации возле подъездов в Заречном микрорайоне.

Целевую аудиторию фитнес-центра «Твой SportZal» можно сегментировать по следующим параметрам:

Географический: в основном потребители услуг люди, проживающие в Заречном микрорайоне, именно на этих людей направлена реклама клуба, под эту целевую группу подстраивается расписание аэробных занятий.

Демографический: в первую очередь учитывается доход целевой аудитории, в связи с этим цены на услуги средние. И еще один важный показатель – возраст. Среди клиентов клуба много школьников и студентов, так как для них предлагаются клубные карты со скидкой 50%. Меньше всего среди клиентов клуба пенсионеров и детей до 15 лет.

Так как, «Твой SportZal» относится к маленьким фитнес-клубам, то список основных и дополнительных услуг небольшой.

Так, к основным услугам фитнес-центра можно отнести: тренажерный зал, зал для аэробных занятий, в котором проводятся силовые тренировки, степ-аэробика, интервальные тренировки, а также такие популярные направления, как стретчинг, хатха йога, тай бо, танец мандала. занятия в кардио-зоне.

Дополнительные услуги фитнес-центра: составление индивидуальной тренировочной программы; персональные тренировки; сплит тренировки; солярий; продажа спортивного питания и спортивных аксессуаров.

Организационная структура фитнес-центра «Твой SportZal» имеет линейную структуру. Все функционирование фитнес-центра можно разделить на 4 основных отдела: финансовый отдел, отдел рецепции, отдел фитнеса и хозяйственно-технический отдел. Во главе этих отделов стоит директор фитнес клуба.

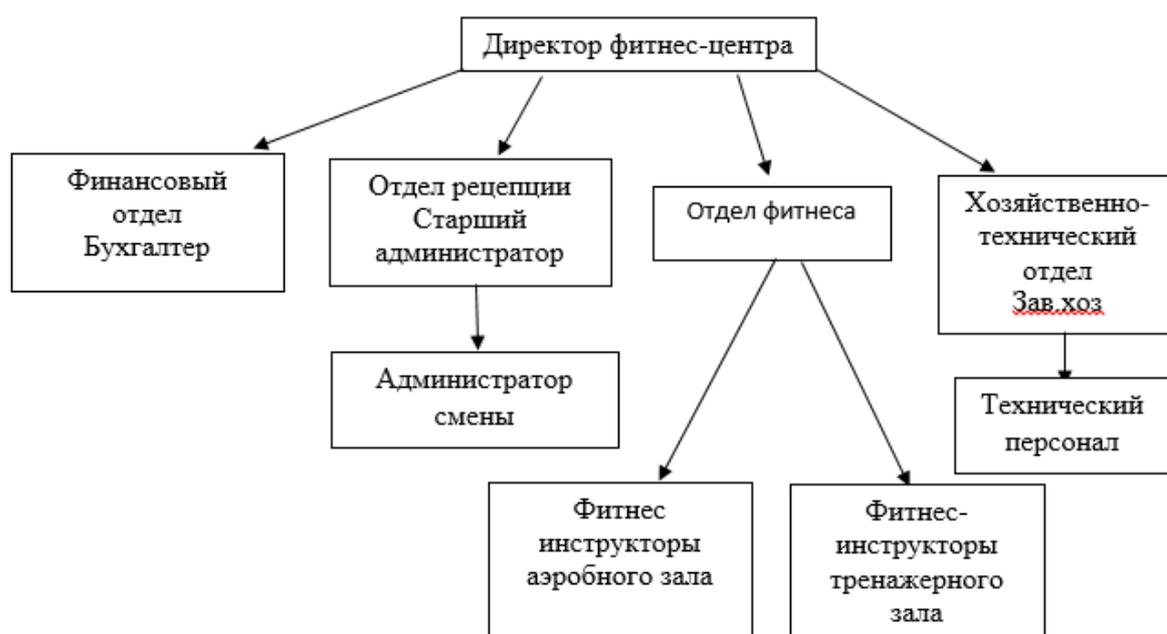


Рисунок 1- Организационная структура фитнес-центра

Фитнес-центр «Твой SportZal» предлагает огромное количество клубных карт с различным набором услуг и с различным временем посещения. Благодаря такому разнообразию видов клубных карт каждый клиент может выбрать наиболее удобный вариант.

Кроме того, в фитнес-центре карты разделены на дневное и вечернее время посещения клуба, что обеспечивает одинаковую загрузку независимо от времени. Все карты, предлагаемые клубом клиент может приобрести на 1, 3, 6 или 12 месяцев. Как правило, карты на больший срок в пересчёте на 1 месяц являются более выгодными по стоимости. Все карты, которые предоставляет клуб не ограничены в количестве посещений за тот промежуток времени, на который рассчитана карта.

К достоинствам фитнес-центра «Твой SportZal» можно отнести: выгодное местоположение, а также фитнес-центр не имеет конкурентов, которые бы находились в шаговой доступности. Хорошо организованная структура управления фитнес-центром обеспечивает слаженную работу всех отделов и обеспечивает качественное предоставление услуг. В фитнес-отделе работают высококвалифицированные инструкторы с многолетним стажем работы, от 3 до 15 лет. Администраторы фитнес-центра хорошо знают свою работу

и благодаря им первое впечатление о фитнес-центре положительное. За 2 года своей работы фитнес-центр приобрёл своих постоянных клиентов, которых удовлетворяет атмосфера фитнес-клуба, современное оборудование, удобное время работы, многообразие клубных карт и гибкая ценовая политика.

Фитнес-центр «Твой SportZal» работает уже на протяжении двух лет и, в целом, его деятельность можно назвать успешной. Но если расширить список дополнительных услуг и сделать пребывание клиентов более комфортным, то это обеспечит привлечение новых клиентов и увеличит количество постоянных.

По результатам анализа деятельности фитнес-центра были разработаны рекомендации для улучшения сервисной деятельности и привлечения новых клиентов. Так как, деятельность фитнес-клуба направлена только на физическое совершенствование, в качестве дополнительных услуг можно организовывать семинары, тренинги и мастер-классы для членов фитнес-клуба. Полезность и востребованность таких мероприятий гарантирована, так как люди, которые занимаются спортом интересуются этими вопросами и в основном ищут информацию в интернете, где на каждом сайте «своя правда».

Еще одна рекомендация касается разработки сайта фитнес-центра, так как на сегодняшний день фитнес-центр «Твой SportZal» имеет только страницы в социальных сетях «Вконтакте», «Instagram». Сайт должен быть с удобным и понятным интерфейсом, с характеристикой предоставляемых услуг и ценами на них, а также с фотографиями самого фитнес-центра.

Кроме того, для увеличения количества постоянных клиентов руководству фитнес-центра можно разработать программы лояльности, согласно которой клиентам, который длительное время занимаются в фитнес-центре будут предоставляться скидки на клубные карты.

Последняя рекомендация направлена на основную целевую аудиторию фитнес-центра в дневное время – это молодые мамы в декрете. Среди всех занимающихся их достаточно большое количество, поэтому для того чтобы их пребывание было более комфортным, а тренировки были систематические, необходимо организовать игровую комнату для детей.

Таким образом, основные рекомендации обеспечения и улучшения качества работы фитнес-центра будут способствовать повышению конкурентоспособности, привлекут новых клиентов и сделают пребывание постоянных клиентов более комфортным.

Список литературы

1. Романович Ж.А. Сервисная деятельность. М.: Дашков и К., 2006, С. 284
2. ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования».
3. СанПиН 2.1.2.1188-03. 2.1.2 «Проектирование, строительство и эксплуатация жилых зданий, предприятий коммунально-бытового обслуживания, учреждений образования, культуры, отдыха, спорта. Плавательные бассейны. Гигиенические требования к устройству, эксплуатации и качеству воды. Контроль качества. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы».
4. Гилемханов А.Г. Эффективная организационная структура. Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета № 04. 2012., С. 110
5. <http://www.buybrand.ru/market-reviews/11989/>, Статья Рынок фитнес-услуг 2016 в России: рост вопреки кризису.

References

1. Romanovich Zh.A. Servisnaja dejatel'nost' [Service activities] M.: Dashkov i K., 2006., p. 284
2. GOST R 52024-2003 «Uslugi fizkul'turno-ozdorovitel'nye i sportivnye. Obshhie trebovanija»=«Physical fitness and sports. General requirements».
3. SanPiN 2.1.2.1188-03. 2.1.2 «Proektirovanie, stroitel'stvo i jekspluatacija zhilyh zdaniy, predpriyatij kommunal'no-bytovogo obsluzhivaniya, uchrezhdenij obrazovaniya, kul'tury, otdyha, sporta. Plavatel'nye bassejny. Gigenicheskie trebovanija k ustrojstvu, jekspluatacii i kachestvu

- vody. Kontrol' kachestva. Sanitarno-jepidemiologicheskie pravila i normativy»=«Design, construction and operation of residential buildings, public service enterprises, educational institutions, culture, recreation, sports. Swimming pools. Hygienic requirements for the device, operation and quality of water. Quality control. Sanitary-epidemiological rules and regulations».
4. Gilemhanov A.G. Jeffektivnaja organizacionnaja struktura [Effective organizational structure]. Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo social'no-jekonomicheskogo universiteta= Bulletin of the Saratov State Social and Economic University. No. 04. 2012., p. 110
 5. <http://www.buybrand.ru/market-reviews/11989/>, Stat'ja Rynok fitnes-uslug 2016 v Rossii: rost vopreki krizisu= Article Market of fitness services in 2016 in Russia: growth in spite of the crisis.