



МИНИСТЕРСТВО СПОРТА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ПГУ  
ФК  
СИТ  
Поволжский государственный  
университет физической культуры,  
спорта и туризма



РАНХиГС  
РОССИЙСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ  
И СПОРТА

# ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ И ЦЕННОСТЕЙ ЦИФРОВОГО ТРАНСГУМАНИЗМА НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Материалы Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием | Казань, 3 марта 2022 года



КАЗАНЬ 2022

[https://www.sportacadem.ru/files/NAUKA/files\\_nauka/2022/vliyanie\\_pandemii\\_sbornik\\_konf\\_mart\\_2022.pdf](https://www.sportacadem.ru/files/NAUKA/files_nauka/2022/vliyanie_pandemii_sbornik_konf_mart_2022.pdf)

## **ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

**Гаджиев З.Г., Музафаров К.А.**

*Поволжский государственный университет  
физической культуры, спорта и туризма  
г. Казань, Россия*

### **Введение**

В связи с эпидемиологической ситуацией в мире огромное количество людей стало уделять гораздо больше времени и денег для поддержания своего здоровья в наиболее благоприятных кондициях. А в связи с современной экономической ситуацией очень важно и необходимо наиболее оптимально и постоянно удовлетворять потребности населения, улучшать качество продукции, увеличивать объемы продаж и создавать дополнительные рабочие места с учетом стремительно развивающегося рынка спортивно-оздоровительных услуг.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

В постиндустриальном обществе, так же, как и социум в целом, все в большей степени переходит в сферу непосредственно прямого взаимодействия между субъектами экономики.

Товар должен представлять для покупателя интерес, действительно важно обладание определенными экономическими и технико-эксплуатационными параметрами. Условием совершения покупки, приобретения товара является соответствие данных параметров основным характеристикам потребности, которая неудовлетворена у потребителя [1].

Конкурентная борьба между товарными производителями за предпочтения потребителей происходит постоянно. Каждый из них по-своему стремится сделать свой товар наиболее привлекательным в глазах потребителя. Самыми эффективными методами можно смело назвать методы неценовой конкуренции – повышение качества товара, имидж фирмы, реклама, организация презентаций, сервис / обслуживание.

Создание службы качественного сервисного обслуживания для потребителей является для организации товарного предложения обязательным маркетинговым условием. Ведь когда продукт на рынке по уровню конкурентоспособности не особо сильно выделяется или вовсе равен другим, аналогичным рыночным продуктам, конечные покупатели предпочитают приобретать именно такой продукт, который сочетается с качественным сервисом [2].

И очень важно, чтобы подход к предоставлению услуг, в том числе и спортивно-оздоровительных, выделялся на фоне конкурентов. Мы предлагаем следующие методы по повышению индивидуальности и узнаваемости на рынке среди других фитнес-центров.

Детские персональные тренировки. Персональные занятия играют большую и действительно важную роль в прибыли любой фитнес-компании, но в детском

фитнесе клиенты зачастую не покупают персональные тренировки своим детям по разнообразным причинам (недостаточно информированы о специальных услугах, родители часто не задумываются о физическом развитии ребенка и т.п.). Родители считают, что ребенок должен развиваться в группе других детей, даже если он не дотягивает до их уровня подготовки. Стоит учитывать, что ребенок очень загружен детским садом, школой, английским языком и другими видами деятельности, поэтому ему банально не хватает времени на дополнительные занятия с персональным тренером. Исходя из этих причин, предлагаем добавить в клубные карты для детей, а в комплекте с ними две персональные тренировки.

Уже после проведения персонального занятия бесплатно инструктор проводит тщательный анализ тренировки, выявляет слабые аспекты физической подготовки ребенка и дает здравые рекомендации по будущим занятиям. Что касается родителей, то они объективно смогут понять, нужны ли персональные занятия для их ребенка или нет. Таким образом, все в выигрыше, сотрудник фитнес-клуба ближе знакомится с клиентами, выявляет их потребности и налаживает уже личный контакт, что в дальнейшем поможет заинтересовать клиента в приобретении персональных тренировок.

Эффективные техники продаж персональных тренировок. В каждом фитнес-центре по статистике в среднем наибольший объем прибыли занимают услуги персонального тренинга. Продажу самих персональных тренировок реализует фитнес-департамент. Именно фитнес-инструкторы непосредственно предлагают клиенту свои услуги персонального тренинга, обсуждают их вид, время проведения и количество самих тренировок.

С целью повышения эффективности продаж персональных тренировок предлагаем максимально обучить всех сотрудников фитнес-департамента профессиональной технологии продаж, работой с возражениями, общению с клиентами. Отделу же маркетинга и отделу продаж предлагаем разработать план по проведению обучения персонала и эффективно реализовать его. Из этого мы сможем ощутимо увеличить количество персональных тренировок, улучшить систему взаимоотношений с клиентами и наладить связь между отделами [3].

Культурно-массовые мероприятия. Компаниям в фитнес индустрии нужно проводить общественные мероприятия для поиска клиентов новых и максимального удержания старых. К примеру, в качестве рекламной компании может выступить необычно-развлекательная танцевальная программа от тренеров фитнес-клуба, которая будет проводиться на главной площади города, в котором располагается фитнес-центр.

Еще одним из отличных вариантов будет разработка системы взаимоотношений между сотрудниками и клиентами фитнес-клуба, при помощи организации и проведения совместных мероприятий: фитнес-туры велотуры, развлекательные программы, спортивные состязания, квесты и т.д. [4].

Фитнес-туры – это не простые тренировки, это полноценный спортивный отдых для души и тела. Ведь помимо традиционно очень разнообразных и крайне интересных занятий с любимыми тренерами, программа любого фитнес-тура включает в себя огромное количество дополнительных активностей – от вечеринок и совместных празднований до целых развлекательных мероприятий и принятие участия в серьезных соревнованиях.

Велотуры – это поездки в самые живописные места региона, желательно на выходных. Можно устроить небольшой пикник, поиграть в волейбол, бадминтон, поплавать в реке либо в озере.

Так же стоит добавить еще несколько спортивно-оздоровительных состязаний, например: турнир по плаванию, футбольный матч клиентов и сотрудников, соревнования по силе удара, жиму штанги лежа, боксу, борьбе и другие. Совместные мероприятия — это прекрасный повод для неформального общения между клиентами и сотрудниками, обмена полезным опытом и мнениями.

#### **Выводы**

Таким образом, на основе частного анализа можно сделать определенные выводы:

1. Современный рынок спортивно-оздоровительных услуг очень активно развивается, соответственно конкуренция растет;
2. Потребители должны испытывать интерес к вашему продукту, видеть в нем уникальность и изобретательность;
3. Внедрение персональных тренировок для детей, эффективные технологии продаж персональных тренировок в целом, а также проведение культурно-массовых мероприятий – очень благотворно скажется на росте прибыли и имидже компании, а также выделении ее на фоне конкурентов.

Представленные в статье методы в перспективе поспособствуют ощутимому повышению конкурентоспособности на рынке спортивно-оздоровительных услуг.

#### **Список литературы**

1. Проект мультимедийного холдинга РБК+ [Ресурсный ресурс] – URL: <https://plus.rbc.ru/news/5dff0d3ec7a8aa9818a6fccc2>
2. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент / Учебное пособие для студентов вузов. - М.: «Аспект-пресс», - 2019. – 392 с.
3. Переверзин, И. И. Управление физической культурой и спортом. - М.: ФиС, - 2020. - 344 с.
4. Емельянов, А. В. Кадровая составляющая конкурентоспособности предприятия сервиса / А. В. Емельянов, С. В. Ефремов, Т. В. Никонова // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : Материалы V Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов, Казань, 20 апреля 2017 года / Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма. – Казань: Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2017. – С. 182-184.