

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФИТНЕС ЦЕНТРЕ

*Горбунов И.И., студент 6331м гр., Поволжская ГАФКСиТ
Научный руководитель - к.э.н., доцент Веслогузова М.В.*

Ключевые слова: спортивно-оздоровительные услуги, сервисная деятельность, качество услуг.

Целью написания научной статьи является выявление специфики спортивно-оздоровительной деятельности в фитнес центре.

Актуальность. Техничко-инструментальный способ к физкультурно-спортивным услугам не раскрывает методику взаимодействия с потребителем из-за специфика данной сферы. По причине отсутствия материальной формы предоставления услуг, экономический анализ также не в полной мере способен дать это руководство. Единственный этический аспект может являться основным в анализе сервисной деятельности спортивно-оздоровительных услуг, так как через взаимодействие тренера и потребителя происходит процесс формирования его потребностей, способностей к оздоровлению и физическому совершенствованию.

Золотов М.И. отмечает в своих трудах следующее: «подавляющее большинство услуг, производимых в отрасли «физическая культура», относится к социально-культурным услугам» [1, С.21]. Другими словами: физическая культура и спорт – неотъемлемая часть сервисной сферы. Несмотря на большой объем и важность получаемых данных об анализе сервисной деятельности, на данный момент данная сфера развита не на таком высоком уровне, как, например в Европе или США.

Определительные характеристики социально-культурного сервиса: физкультурно-спортивный сервис – это предоставление услуг, которые помогают достижению положительных спортивных результатов, приведения потребителя в хорошую физическую форму, предоставления спектра услуг характерных для фитнес центра. Для продолжения дальнейшего анализа,

проследим за соотношением между понятиями «физкультурно-спортивные услуги» и «спортивно-оздоровительные услуги».

Также Велидинский В.Г. полагал, что рассмотренные ранее услуги физической культуры и спорта позволяют утверждать, что предоставление спортивно-оздоровительных услуг является лишь частью услуг физической культуры и спорта [2, С.23]. Спортивно-оздоровительные услуги относятся к виду платных, коммерческих, групповых или индивидуальных услуг, то есть связаны с обеспечением занятий разными физическими упражнениями и видами спорта для достижения цели оздоровления или поддержания здоровья.

Высказывание Велединского В.Г. гласит: «сервисная деятельность» как понятие может быть рассмотрено в разных контекстах: социальном, культурном, экономическом, технологическом» [3, С. 9-14]. В данной научной статье сервисная деятельность выступает как активность людей, которые имеют взаимодействие в процессе производства, продвижения, реализации, предоставления и потребления спортивно-оздоровительных услуг, удовлетворяющие потребности человека.

Сервисный продукт в спортивно-оздоровительной деятельности носит сложный характер, при котором идет непрерывное взаимодействие разных субъектов деятельности. Так как услуга оплачена заблаговременно важно предоставления качественного результата. В случае, если потребитель удовлетворен результатом соотношения цены и качества, следовательно уровень достижения положительного спортивно-оздоровительного сервиса достигнут.

Характеризуя контактную зону, надо обратить внимание на рецепцию клуба, так как именно первое впечатление создает дальнейшее отношение к фитнес центру. Не стоит пренебрегать внешним видом и культурой общения администраторов рецепции. Существует понятие «предпродажный сервис», к нему можно отнести предоставление бесплатных первых тренировок, экскурсии по фитнес центру, открытые уроки, проведение мастер классов.

Таким образом из всего вышесказанного можно сделать вывод, что спортивно-оздоровительная деятельность является неотъемлемой частью сервисной сферы. Абсолютно все формы обслуживания взаимодействуют друг с другом и без них невозможно качественное представление спортивно-оздоровительных услуг.

Спортивно-оздоровительная деятельность уникальна в своем роде, так как носит длительный эффект, то есть потребитель плавно приобщается к здоровому образу жизни. Важно позиционировать предоставление спортивно-оздоровительного сервиса никак услугу, которая удовлетворяет потребность посетителя на основе «платежеспособного спроса», а услугу, которая формирует потребность в ведение здорового образа жизни.

Список литературы

1. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / М. И. Золотов [и др.]. – М.: Академия, 2004. – 432 с.
2. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность : учебник [...] / В.Г. Велединский. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 174 с.
3. Велединский, В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис: вопросы теории и практики : монография / В.Г. Велединский / С.-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. – СПб.: Изд-во СПб ГУСЭ, 2013. – 167 с.