

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

**Максимовская Наталья Григорьевна**

*студентка 3 курса экономического факультета,  
e-mail:natmak95@list.ru*

*Мордовский государственный университет имени Н.П.Огарева,  
г.Саранск*

*В статье раскрыта необходимость исследования конкурентоспособности предприятий. На примере предприятия сферы услуг с помощью анкетирования выявлены основные факторы конкурентоспособности и предлагается комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности исследуемого предприятия*

Ключевые слова: конкурентоспособность, сфера услуг, конкурентное преимущество, конкурентная позиция, фитнес-индустрия

На сегодняшний день в условиях российской экономики наиболее прогрессивной является сфера услуг. Ключевым фактором успеха осуществления деятельности предприятий сферы платных услуг является ведение ими результативной конкурентной борьбы, а также формирования различных конкурентных преимуществ [1]. То есть конкурентоспособность представляет собой инструмент, который автоматически решает важную стратегическую задачу, обусловленную обеспечением устойчивого высокого уровня рентабельности, снижением издержек, и способствует повышению эффективности деятельности предприятия сферы услуг в целом. Это определяет актуальность данной темы, которая связана с обеспечением высокого уровня конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

Конкурентоспособность, как экономическая категория, базируется на системе конкурентных преимуществ. Существуют различные подходы к классификации конкурентных преимуществ, но наиболее распространена классификация по следующим признакам [3]:

- по содержанию;
- по отношению к системе;
- по сфере возникновения;
- по времени осуществления;
- по месту осуществления;
- по виду конечного результата.

А также существуют факторы конкурентных преимуществ, которые можно подразделить на те, которые в меньшей степени зависят от организации (внешние), и те, которые полностью зависят от решения руководства компании (внутренние) [4].

Уровень конкурентоспособности обычно определяют с помощью размера относительной доли рынка, уникальных свойств продукции или услуг, величины издержек, степени внедрения инноваций, методов продаж, а также известность и имидж фирмы [2].

В качестве объекта исследования конкурентоспособности и путей ее повышения нами был выбран фитнес-центр ГАУ РМ Ледового дворца. Основными видом его деятельности является предоставление фитнес-услуг населению, которые соответствуют высоким стандартам фитнес-индустрии, постоянно обновляются программы инновационными спортивными разработками и технологиями.

Рассматриваемое учреждение предлагает свои клиентам следующие виды услуг:

1. Тренажерный зал, который привлекает своими внушительными размерами, оснащенностью современным оборудованием и наличием опытных инструкторов.

2. Групповые занятия, которые рассчитаны на клиентов различного уровня подготовленности. Они охватывают такие направления, как низко- и высокоударная аэробика, тренировки со step платформами и bosu, пилатес, йога, стрейчинг и различные танцевальные направления (Oriental, Go-Go и др.), что непременно приходится многим посетителям по вкусу. Все занятия проводятся в трех комфортабельных залах опытными тренерами.

3. Индивидуальные занятия с опытным тренером, которые помогут получить требуемый результат в короткие сроки.

4. Солярий, оснащенный по последнему слову техники, не оставит равнодушным ни одного клиента.

5. Кабинет массажа, где специалисты помогут своим клиентам с помощью различных методов массажа стабилизировать их как физическое, так и эмоциональное состояние.

6. Фитнес-бар, который находится в уютном фойе, где каждый посетитель сможет отдохнуть после тренировки, наслаждаясь разнообразными полезными блюдами и напитками.

Таким образом рассмотренные выше особенности услуг данного фитнес-центра позволяют говорить о их специфическом характере и отличиях от прочих услуг особенным содержанием. Исследуя конкурентоспособность данного фитнес-центра, изначально следует обратить внимание на анализ его конкурентов. При анализе конкурентоспособности фитнес-центра ГАУ РМ Ледового дворца качество оказываемых услуг представляется как набор отдельных параметров, имеющих то или иное значение для клиентов учреждений данной сферы. В качестве основы определения качества услуг берутся отзывы клиентов, которые были получены методом опроса, в котором участвовало 100 человек. Опрашиваемым было предложено оценить наиболее

известные учреждения данной сферы в г.Саранске по 10-тибальной шкале (1– минимальное значение, 10 – максимальное значение). Все результаты опроса сведены в таблицу 1.

Т а б л и ц а 1

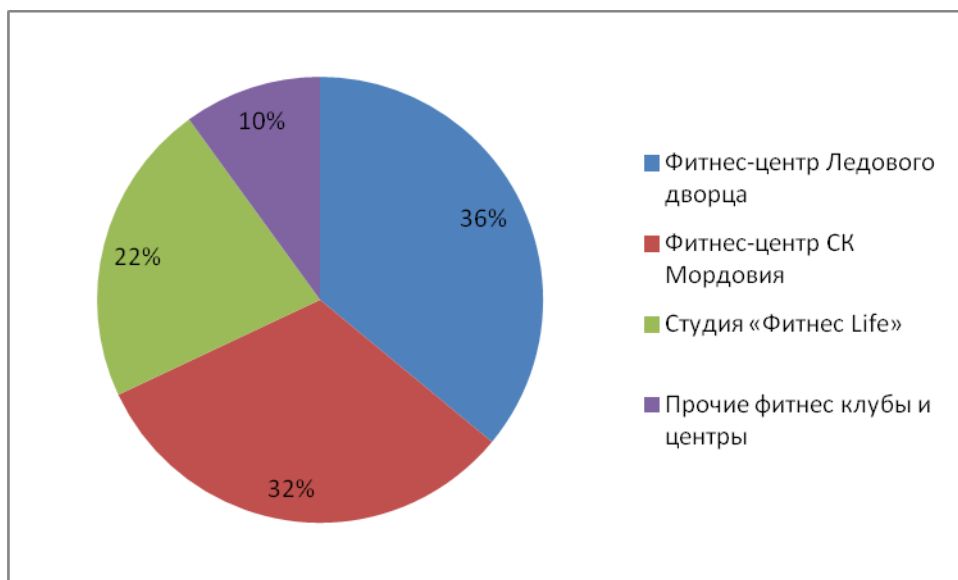
**Сравнительный анализ факторов конкурентоспособности фитнес-клубов  
г. Саранска**

| Факторы конкурентоспособности   | Фитнес-центр Ледового дворца | Фитнес-центр СК Мордовия | Студия Фитнес Life |
|---|------------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1.Месторасположение   | 9                            | 7                        | 9                  |
| 2.Сегмент рынка   | 8                            | 8                        | 7                  |
| 3.Ассортимент услуг   | 8                            | 8                        | 7                  |
| 4.Дополнительные услуги   | 8                            | 9                        | 9                  |
| 5.Цены за стандартный абонемент, руб. в месяц                                       | 7                            | 7                        | 5                  |
| 6.Квалифицированные фитнес-тренеры и инструкторы                                    | 8                            | 8                        | 8                  |
| 7.График работы   | 7                            | 8                        | 8                  |
| 8.Наличие собственного сайта/группы в социальных сетях и их уровень информативности | 7                            | 9                        | 8                  |
| Итого   | 62                           | 62                       | 60                 |

Далее подробнее рассмотрим каждый фактор и дадим ему подробное определение.

1. Месторасположение. Все рассматриваемые учреждения получили достаточно высокие оценки, но фитнес-центр Ледового дворца и студия «Фитнес Life» получили более высокие оценки в связи с тем, что они находятся в центральной части города Саранска, а значит они более доступны посетителям, нежели фитнес-центр СК Мордовия, который находится в более отдаленном районе города.

2. Сегмент рынка. Фитнес-центр ГАУ РМ Ледового дворца и фитнес-центр СК Мордовия функционируют на рынке фитнес-услуг г.Саранска значительно дольше, чем студия «Фитнес Life», заняли свою нишу, а значит доля на рынке у них значительно выше. Текущую ситуацию можно увидеть на рисунке 1.



**Р и с у н о к 1 – Доля фитнес-центров на рынке фитнес-услуг г.Саранска, %**

3. Ассортимент предоставляемых услуг фитнес-услуг у всех трех рассматриваемых учреждений примерно одинаков, но фитнес-центр Ледового дворца получил более высокую оценку за счет большого разнообразия видов низко- и высокоударной аэробики.

4. Дополнительные услуги у всех рассматриваемых фитнес-центров практически одинаковые, но фитнес-центр Ледового дворца получил оценку ниже, чем остальные учреждения, так как в нем отсутствуют услуги по разработке программы сбалансированного питания и индивидуальной тренировочной программе как для сброса лишнего веса, так и для набора мышечной массы.

5. Разброс цен на фитнес-услуги и услуги тренажерного зала рассматриваемых учреждений невелик, но все-таки цены у студии «Фитнес Life» выше (таблица 2). Это обусловлено высокой арендой помещения и тем, что данное учреждение функционирует сравнительно недавно. Поэтому оценки в таблице 1 несколько различаются.

**Т а б л и ц а 2**

**Сравнительный анализ цен в фитнес-центрах г.Саранска**

| Вид услуги                                       | Цена, руб.                   |  |                                  |
|--|------------------------------|--|----------------------------------|
|  | Фитнес-центр Ледового дворца | Фитнес-центр СК Мордовия                 | Студия «Фитнес Life»             |
| Тренажерный зал                                  |                              |  |                                  |
| Разовое посещение                                | 200                          | 200                                      | 350                              |
| Разовое посещение под руководством инструктора   | 400                          | 550                                      | 350                              |
| Абонемент в зал + услуги инструктор (12 занятий) | 4000                         | -  | 3600                             |
| Абонемент безлимитный на месяц                   | 1500                         | 1900(в любое время суток);1200(до 16:00) | 2000                             |
| Абонемент безлимитный «Студенческий»             | 1000                         | 1000                                     | Скидка студентам 7% на любой вид |

|                                       |      |      |   |
|---------------------------------------|------|------|---|
|                                       |      |      | абонемента                                  |
| Абонемент «Студенческий» (12 занятий) | 750  | -    | -   |
| Групповое занятие                     |      |      |   |
| Разовое занятие                       | 200  | 200  | 350   |
| Разовое занятие с тренером            | 400  | 550  | 400   |
| Абонемент «Студенческий» безлимитный  | 1000 | 1000 | Скидка студентам 7% на любой вид абонемента |
| Абонемент безлимитный                 | 1500 | 1900 | 2000  |

Так же надо отметить, что в фитнес-центре ГАУ РМ Ледового дворца представлен широкий спектр различных абонементов. Так в тренажерный зал имеются абонементы для разового посещения, с возможностью посещения 12 раз в месяц или без каких-либо ограничений количества посещений и времени в течение месяца. На групповые занятия действует та же система абонементов, только по другой цене. Надо заметить, что в данном учреждении введена система «студенческих» абонементов, то есть при предъявлении студенческого билета цена абонемента снижается на 40 % в среднем. Такая скидка действует так же при условии посещения до 17:00.

6.Наличие достаточно квалифицированных фитнес-тренеров и инструкторов во всех сравниваемых учреждениях оправдывают одинаковые оценки в таблице 1.

7.График работы практически одинаков у всех рассматриваемых учреждений, но фитнес-центра Ледового дворца оценка ниже, так как он закрывается на час раньше (в 21:00), чем остальные фитнес-центры.

8.Наличие собственного сайта/группы в социальных сетях и их уровень информативности. У всех трех сравниваемых учреждений имеются сайты и группы в социальных сетях, но у фитнес-центра ГАУ РМ Ледового дворца на официальном сайте нет прайс-листа на услуги, точно так же, как и в официальной группе на vk.com. А так же группа практически не обновляется, в ней нет полезных ссылок и статей на тему правильного питания, программ по увеличению нагрузок и т.д., что, безусловно, является ощутимым минусом данного фитнес центра.

Подводя итог, по данным сравнительного анализа можно сказать, что рассматриваемый в данной работе фитнес-центр Ледового дворца занимает лидирующие позиции, несмотря на то, что его отрыв по оценкам небольшой. Но стоит отметить, что по некоторым характеристикам данное учреждение получило низкие оценки, что значительно влияет на его конкурентоспособность на рынке фитнес-услуг г.Саранска.

В таблице 3 приведен комплексный анализ фитнес-центра ГАУ РМ Ледового дворца методом SWOT-анализа:

**SWOT-анализ фитнес-центра «Ледового дворца»**

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>Внешние факторы</p>  | <p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Популяризация ЗОЖ</li> <li>2. Развитие фитнеса, как спорта</li> <li>3. Перспектива стать лидером на рынки предоставления услуг крупным фирмам</li> </ol>   | <p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перспектива роста цен на услуги в связи с ростом цен на инвентарь</li> <li>2. Низкие доходы потребителей</li> <li>3. Рост числа отдельных малых фитнес-залов и «качалок»</li> </ol>   |
| <p>Внутренние факторы</p> <p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Квалифицированный персонал</li> <li>2. Разнообразие услуг</li> <li>3. Программы тренировок, соответствующие мировым стандартам</li> <li>4. Хорошая финансовая база</li> <li>5. Положительная репутация фитнес-центра</li> <li>6. Высокое качество инвентаря</li> <li>7. Постоянные клиенты</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. популяризация ЗОЖ, разнообразие услуг и высокое качество инвентаря помогут привлечь молодое поколение в рассматриваемый фитнес-центр</li> <li>2. Развитие фитнеса как спорта, программы тренировок, соответствующие мировым стандартам ,позволят усилить конкурентные позиции рассматриваемого учреждения</li> <li>3. Квалифицированный персонал, хорошая финансовая база и положительная репутация способствуют усилению перспективы стать лидером на рынке предоставления услуг крупным фирмам.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Квалифицированный персонал, программы тренировок, соответствующие мировым стандартам, и высокое качество инвентаря требует больших затрат, что влечет за собой увеличение цен на услуги рассматриваемого фитнес-центра, что может не соответствовать низким доходам потребителей.</li> </ol>   |
| <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабая рекламная деятельность</li> <li>2. Недостаточное количество танцевальных направлений</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабая рекламная деятельность и недостаточное количество танцевальных направлений исключают перспективу стать лидером на рынке предоставления услуг корпорациям и крупным фирмам</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабая рекламная деятельность рассматриваемого фитнес-центра может привести к укреплению позиций отдельных малых фитнес-залов и «качалок».</li> <li>2. Наличие малого количества танцевальных направлений в рассматриваемого учреждения может привести к тому, что потребители могут воспользоваться услугами малых фитнес-залов , где они есть , по более низкой цене.</li> </ol> |

Проведя SWOT-анализ фитнес-центра ГАУ РМ Ледового дворца видно какие есть сильные и слабые стороны у рассматриваемого учреждения, а также возможности для развития и источники угрозы для эффективной работы центра. Необходимо сосредоточить все усилия на слабых сторонах, такие как реклама и увеличение количества танцевальных направлений, а так же развивать возможности и пытаться снизить вероятность угрозы, в конкретном случае это конкуренция как с крупными фитнес центрами, так и с мелкими фитнес-залами. Именно для улучшения позиций среди конкурентов и разработаны меры по повышению конкурентоспособности, которые представлены в таблице 4.

**Комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности фитнес-центра  
Ледового дворца**

| Мероприятие                                      | Определение мероприятия  |
|--|--|
| Совершенствование качества обслуживания клиентов | 1. Широкое использование средств рекламы и подачи информации<br>2. Внушение персоналу необходимости лояльного отношения и заинтересованность в каждом клиенте с помощью организационных способов(мотивирующие и разъяснительные беседы, стимуляция денежными премиями)<br>3. Разработка стандартов обслуживания клиентов   |
| Внедрение новых танцевальных направлений         | Обучение тренеров по таким популярным программам, как : <ul style="list-style-type: none"> <li>— Latina solo</li> <li>— dancehall</li> <li>— zumba</li> </ul>  |
| Совершенствование рекламной политики             | 1. Создание собственного сайта в интернете<br>2. Осуществление постоянного обновления группы на vk.com и размещение там полезной информации о спортивных нагрузках, правильном питании, а так же мотивирующих картинок<br>3. Проведение разовых бесплатных занятий по определенному направлению<br>4. Написание обзорной мотивирующей статьи о фитнес-центре, о всех предлагаемых услугах и размещение ее в одной из популярных газет в республике (например, в газете «Столица С»). |

Таким образом, можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность предприятия сферы услуг на рынке является ключевым критерием оценки эффективности системы управления и эффективности его деятельности в целом. Повышение уровня конкурентоспособности учреждениям данной сферы поможет им выйти на новый качественный уровень, а так же улучшить показатель здоровья нации в целом.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ:**

1. Гордин В.Э. МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ УСЛУГ: учебник / В.Э. Гордин, М.Д. Сущинская, М.В. Волошинова, О.С. Коротеева, В.В. Тютюник, И.А. Желтякова, Л.В. Хорева. — СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2007. — 272 с.
2. Горохова О.В. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В РОССИИ // РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. — 2013. — № 3 (225). — С. 93–101.
3. Селяев Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ // Вестник ЮРГТУ (НПИ). — 2011. — № 4. — С. 241–247.
4. Фатхутдинов, Р. А. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРАКТИКУМ / Р.А. Фатхутдинов. — М. : МАРКЕТ ДС, 2008. — 208 с.

# WAYS TO ENHANCE THE COMPETITIVENESS OF SERVICE ENTERPRISES

**Maksimovskaya N.G.**

*3rd year student of the Faculty of Economics,*

*e-mail:natmak95@list.ru*

*Mordovia State University,*

*Saransk*

*The article deals with the need to study the competitiveness of enterprises. On the example of service enterprises using a questionnaire identified the main factors of competitiveness and proposes a set of measures to improve the competitiveness of the investigated companies*

**Keywords:** competitiveness, service, competitive advantage, competitive position, the fitness industry