

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИТНЕС КЛУБОМ

В данной работе исследуется и рассчитывается логистический риск снижения объемов реализации услуг фитнес клуба, причины его возникновения и пути его устранения.

Ключевые слова: риск, конкуренция, клиентская база, услуги.

Фитнес клуб «Физика» располагается в центре г. Самара на Московском шоссе, это очень удобно для клиентов клуба, т.к. в этом месте очень удобная транспортная развязка. Фитнес клуб был создан экспертами фитнес индустрии и оснащен специально обустроенными оздоровительными зонами и инновационным спортивным оборудованием. Клуб нацелен на аудиторию со средним уровнем заработка, что позволяет почти каждому пользоваться услугами этого заведения.

Сервис фитнес клуба включает в себя:

1. Тренажерный зал
2. Кардиозона
3. Боевые искусства
4. Групповые программы
5. Студия сайкла
6. Бассейн

Сфера спорта, фитнеса и красоты очень востребована в обществе и никогда не утратит своей актуальности, но не смотря на это, существует множество рисков, которые могут помешать развитию фитнес клуба. В данной сфере существует несколько основных видов рисков, одним из них является риск снижения объемов реализации услуг в результате падения спроса и усиления конкуренции.

Причинами рисков являются:

1. Несовершенство маркетинговой политики;
2. Замедленное внедрение нововведений по сравнению с конкурентами.

Логистические риски фитнес клуба «Физика»

Признак	Вид риска
Внешний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономический риск – кризис и нестабильность экономики страны, где будет функционировать организация, скачки инфляции и изменения в системе налогообложения. 2. Политический риск – это политические кризисы, события революционного характера, а также изменения идеологии, связанной с пропагандой здорового образа жизни. 3. Финансовый риск заключается главным образом в возможных изменениях кредитования организации.
Внутренний	<p>Производственные риски:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Технический риск – риск связанный с оказанием услуги. Некомпетентность персонала, риск поломки оборудования, электро и водоснабжения. 2. Технологический риск – «моральный» износ оборудования. 3. Управленческий риск – недостатки структуры управления. 4. Коммерческие риски: 5. Контактный риск – риск, связанный с контактами с клиентом, риски снижения объемов реализации услуг. 6. Маркетинговый риск – неграмотные размещение и ценовая политика.

Принимая во внимание информацию данной таблицы, можно выделить внутренний коммерческий риск, а именно риск снижения объемов реализации услуг, за счет падения спроса и усиления конкуренции.

Исходя из данного графика, можно выявить тренд выручки.

$$2W = V_0 - K \times t, \quad (1)$$

где W – тренд выручки фитнес клуба «Физика»

V_0 – максимальное значение тренда

$$K = \text{tg} \times (x_1/x_2) = 0,5 \quad (2)$$



Рис. 1. Динамика выручки фитнес клуба за период 2010-2015 год.

Исходя из данного графика можно понять, что с течением лет выручка фитнес клуба падает, это связано с такими важнейшими аспектами, как:

1. Строительство новых фитнес клубов-конкурентов, совпадающих по виду предоставляемых услуг и находящихся в этом же районе города.
2. Повышение качества услуг, которые предоставляют конкуренты.
3. Снижение спроса на услуги, предоставляемые клубом, т.к. он не предлагает никаких нововведений, касаемо спортивного инвентаря и услуг.
4. Снижение эффективности рекламы фитнес клуба.

Таблица 2

Исследование клиентской базы

Виды услуг	Мужчины	Женщины
Тренажерный зал	65%	35%
Кардиозона	31%	69%
Боевое искусство	95%	5%
Групповые программы	21%	79%
Студия сайкла	45%	55%
Бассейн	50%	50%

Выявив основные показатели, которые влияют на снижение спроса и выручки фитнес клуба, можно сделать вывод о том, что «Физика» имеет свою клиентскую базу, которая установилась с течением времени и не находится под влиянием факторов, снижающих спрос на услуги. Но, фитнес клубу «Физика» нужно предпринять меры по повышению качества услуг, добавлению нововведений в различные сферы спорткомплекса и повышение эффективности рекламы.

Исследуя таблицу 2, можно выявить, что основными клиентами фитнес клуба «Физика» являются мужчины. В связи с этим, для привлечения клиентской базы и повышения спроса и тем самым выручки, нужно ввести больше мужских разнообразных видов спорта, увеличить количество спортивного инвентаря, более чаще используемого мужчинами, но и не забывая тем самым про женскую клиентуру.

Библиографический список

1. Чертыковцев В.К. Маркетинговое управление устойчивостью социально-экономической системы 2014 год.
2. Чертыковцев В.К. Метод повышения точности прогнозирования параметров линейных динамических рядов маркетинговых процессов. 2009.

Еланская О.А.

Самарский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ОПЫТА И НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СТИПЕНДИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ СТУДЕНТАМ (ОБЗОР ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА)

В обзорной статье рассматриваются виды стипендиальных выплат студентам дневной формы обучения высших учебных заведений Российской Федерации.

Ключевые слова: высшее образование, социальная поддержка обучающихся, стипендиальные выплаты, государственная академическая стипендия, социальная стипендия, увеличение стипендии.