

ЗАДАЧИ «МЕНЕДЖМЕНТ ФК»

1. Рассмотрите организацию физкультурно-спортивного профиля, которая вам хорошо известна (спортивная школа, спортивный клуб, физкультурное учебное заведение и т.д.). Опишите пакет предлагаемых ею основных, сопутствующих и дополнительных услуг. Сделайте анализ пакета услуг (по признакам классификации услуг ФКиС). В чем, на ваш взгляд, состоят сильные и слабые стороны ее сервисной политики? Предложите свои рекомендации по совершенствованию пакета услуг в данной организации.

Фитнес клуб «Брайт Фит» создает новый стиль жизни делового человека. Клиенты - это люди, которые понимают, что именно здоровье духа и тела позволяет им достигать все больших успехов в жизни. Это люди, которым нравится выглядеть привлекательно и стильно. Отдыхая, тренируясь и развиваясь – настраиваешься на победу.

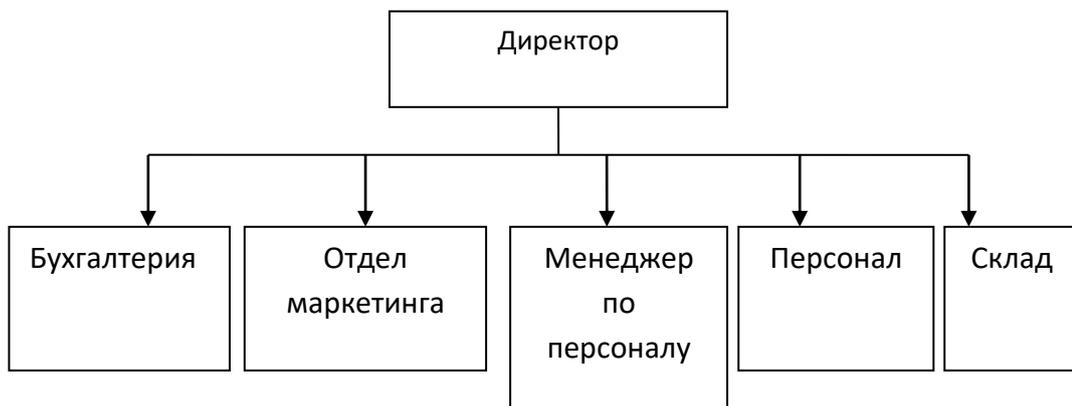


Рис.1. Организационная структура фитнес - клуба «Брайт Фит»

Организационная структура клуба полностью соответствует поставленным целям и способствует их успешной реализации (рис.2). Отдел маркетинга необходим для успешной реализации маркетинговой стратегии, бухгалтер отвечает за финансовое состояние клуба, менеджер по персоналу подбирает высококвалифицированный персонал, решает появившиеся проблемы, складское помещение необходимо для хранения инвентаря и оборудования.

1. Услуги тренажерного зала:
 - 1.1. Зал Hammer Strength
 - 1.2. Кардиолиния Precor и LifeFitness
 - 1.3. Услуги персонального тренера
 - 1.4. Разработка индивидуальной программы тренировок

- 1.5. Разработка режима питания
 2. Йога
 3. Зал аэробики
 - 3.1. Степ классы (Step Beginners, Step Advanced)
 - 3.2. Танцевальная аэробика (Dance Class, Oriental, Latina, Freestyle)
 - 3.3. Силовые уроки (Lower Body, ABD + Flex, Pump Training, Super Strong, Upper Body)
 - 3.4. Классы с использованием элементов восточных единоборств (Boxing, Taekwon-do, Ушу, Thai-bo)
 4. Магазин спортивного питания (продажа протеинов, креатинов, аминокислот, пищевых добавок, витаминов, глютаминов)
 5. Фитнес бар
 6. Солярий
- Анализ макросреды организации

Таблица 2.1 STEP - анализ

S	T	E	P
<p>S1 +рост доходов населения</p> <p>S2+ культурные перемены, новинки в области моды.</p>	<p>T1 + разработка нового оборудования в отрасли.</p> <p>T2 + использование прикладных информационных технологий.</p> <p>T3 + разработка программ по снижению веса с учетом физических и физиологических особенностей</p>	<p>E1 –рост инфляции.</p> <p>E2 +банковская политика, кредиты на развитие малого бизнеса.</p>	<p>P1+ благоприятная таможенная политика.</p> <p>P2.+ упрощенная система налогообложения.</p> <p>P3 + отмена контрольно кассового аппарата.</p>

S - Социальные факторы:

S1 – изменение структуры доходов влияет на потребление некоторых услуг. При средних доходах, клиент, воспользуется только одной-двумя услугами.

S2+ культурные перемены, новинки в области моды, напрямую «провоцируют» фитнес-центры на поиск новых идей, направлений, программ, и т.д.

T - Технологические факторы:

T1 + разработка нового оборудования (велотренажеры и беговые дорожки с predetermined компьютерными моделями тренировочных комплексов с функцией памяти и учета возраста/тренированности/анализом физических параметров (вес, пульс, давление и т.д.), позволяющие

целенаправленно заниматься физической подготовкой) в отрасли, что значительно повышает спрос на услуги с использованием данного оборудования;

T2 + информационные технологии (ведение паспортов здоровья клиентов в компьютерных базах данных с возможностью составления индивидуальных программ тренировок) влияют на эффективность работы клуба.

T3 + программы по снижению веса с учетом физических особенностей, еще одна технология, с помощью которой клиентам могут подобрать и показать наглядно, как будет происходить процесс снижения веса.

T4 – легкость копирования продукта, некоторые услуги можно оказывать на дому – услуги личного тренера или видео-курса программы. Но в домашних условиях, возможности тренера и клиента ограничены из-за отсутствия тренажеров и сопутствующего инвентаря.

E - Экономические факторы:

E1 -Уровень инфляции, налоговая ставка на прямую воздействует на материальное состояние клиентов клуба, и на деятельность самого клуба. В ситуации экономического кризиса финансовое положения клуба может сильно ухудшиться.

E2 +банковская политика, кредиты на развитие малого бизнеса и собственные средства служат фундаментом для создания собственного бизнеса.

P – Политико-правовые факторы:

P1+ благоприятные политические отношения между странами, поскольку фитнес-клубы используют продукцию различных стран, и важно, чтобы обстановка как в нашей стране, так и в странах поставщиках оставалась благоприятной, а отношения между странами мирными.

P2+ упрощенная система налогообложения.

P3 + отмена контрольно кассового аппарата.

Для данного фитнес - клуба конечной целью PR-мероприятий являются укрепление доверия к качеству оказываемых услуг, а также увеличение количества клиентов разных возрастных категорий. Гарантирован выход на новый, более высокий уровень относительно конкурентов, рост клиентской базы и неоспоримое улучшение имиджа фитнес - клуба «Брайт Фит».

Таким образом, данные цели предполагает решение следующих задач:

- 1) установление начальных отношений общения между клубом и целевой аудиторией;
- 2) создание определенного образа клуба;
- 3) переключение нелояльных потребителей других фирм (через завоевание их доверия);
- 4) формирование лояльности контактных аудиторий;
- 5) повышение имиджа;
- 6) уведомление целевой аудитории о нововведениях в фитнес – клубе.

2. Перечислите основные виды затрат по производству (оказанию) и реализации физкультурно-спортивной услуги близкой Вам спортивной специализации. Какие затраты относятся к категории постоянных/переменных, прямых/накладных (косвенных)? Аргументируйте свой ответ.

Постоянные:

- Арендная плата
- Расходы на рекламу, продвижение продукции
- Заработная плата работников АУП
- Соц. отчисления на АУП
- Коммунальные платежи, электроэнергия
- Услуги связи, Интернет, почта
- Расходы на обслуживание фитнес-центра
- Амортизация
- Непокрытый убыток
- Прочие расходы

Переменные расходы (

- Затраты на оплату труда ОПП (основной производственный персонал)
- Соц. отчисления на ОПП
- Прочие расходы

Первоначальные издержки

- Оборудование Hammer Strenght
- Оборудование LifeFitness
- Солярий - вертикальный
- Мебель
- Оргтехника
- Ремонт помещения

3. Рассмотрите организацию физкультурно-спортивного профиля, которая вам хорошо известна. Опишите основные методы адаптации цен, применяемые данной организацией. Предложите свои рекомендации по совершенствованию ее ценовой политики.

Используемый метод:

Ранжирование цен — установление различных цен на разные товары в ассортименте фирмы для привлечения и удержания различных групп покупателей.

Данный клуб относится к клубам премиум класса, таким образом можно рекомендовать вести более активную политику в области специальных предложений, скидок и купонов для привлечения разного уровня посетителей с целью увеличения прибыли и расширения круга потребителей.

4. Изучите упрощенный пример расчета стоимости абонемента на месяц для посещения курса аэробики. Исходные данные: курс занятий аэробикой для начинающих продолжительностью 1 месяц (4 недели); систематичность занятий - 3 раза в неделю; продолжительность занятия - 1 час; максимальная численность занимающиеся в группе - 20 чел; стоимость аренды зала – составляет 500 руб. в час; оплата труда инструктора - 300 руб. в час; амортизация инвентаря и оборудования (по 10 наборов резиновых лент, браслетов): около 1200 руб. в месяц; накладные расходы (связанные с обслуживанием процесса производства и управления) - примерно 20% от оплаты труда инструктора, то есть 60 руб.; стоимость рекламной кампании 1800 руб. в месяц руб.

Расчет стоимости абонемента:

Стоимость аренды зала — 200 руб. в час.

Оплата труда инструктора — 100 руб. в час.

Накладные расходы — примерно 10% от оплаты труда инструктора, т.е. 10 руб.

Стоимость рекламной кампании (объявления в печатных средствах массовой информации, реклама по кабельному телевидению и т.п.): 1800 руб.: 24 занятия = 75 руб.

Стоимость инвентаря и оборудования (по 10 наборов резиновых лент, браслетов и т.п.): 1200 руб.: 24 занятия = 50 руб.

Общий объем затрат на 1 ч занятий = $200 + 100 + 10 + 75 + 50 = 435$ руб.

С учетом рентабельности (10%) общий объем затрат на 1 ч занятий возрастает до 478,5 руб., а с учетом налога на добавленную стоимость (20%) увеличивается до 574,2 руб.

Максимальная численность занимающихся в группе — 20 человек. Реальная посещаемость занятий составляет 75%, т.е. 15 человек.

Следовательно, стоимость разового посещения на одного занимающегося составит: $574,2 : 15 = 38,3$ руб.

Таким образом, абонемент будет стоить 920 руб. ($38,3 \cdot 24 = 919,2$ руб.).

5. Представьте, что у вас появилась возможность вложить денежные средства в развитие спортивной организации. Какие показатели вы будете использовать для оценки эффективности деятельности этой организации, прежде чем принять решение о ее финансировании?

1. Доход с клиента / члена (RPC)

Этот индикатор отслеживают примерно 39% фитнес-клубов. Сам показатель предполагает простой расчет: годовой доход следует поделить на количество клиентов. Результат дает определенную ясность относительно

положения дел в клубе. Именно несложная формула обеспечивает популярность этого показателя среди управляющих клубами.

2. Средняя посещаемость занятий (АСА)

Это второй по популярности показатель, который отслеживают владельцы фитнес-бизнеса. По данным исследований, это делают примерно 36% предпринимателей. Поскольку многие фитнес-клубы заточены именно на проведение групповых занятий, постольку АСА имеет решающее значение по двум причинам:

АСА позволяет определять безубыточность и прибыльность каждого класса. Таким образом, при необходимости вы можете соответствующим образом реагировать: например, перенести занятие на другое время для того, чтобы повысить посещаемость.

3. Коэффициент удержания клиентов (CRR)

4. Величина прибыли (PM)

Каждому предпринимателю, который оказывает услуги, необходимо знать величину прибыли своего бизнеса. Этот показатель рассчитывается как доля от выручки: иными словами, сколько у вас осталось после того, как вы вычли из доходов расходы.