

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ  
ФИТНЕС УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ООО НОН-СТОП)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса экономического факультета

направления 38.03.01 «Экономика», профиль «Экономика  
предпринимательства»

Крамаренко Оксаны Алексеевны

Научный руководитель:

Канд.экон. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

В.С. Федоляк

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:

Канд. экон. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

**Введение:** Конкуренция является необходимым и важнейшим элементом рыночного механизма, но ее формы далеко не одинаковы на различных рынках и в различных рыночных ситуациях.

Примерно до середины 19 века для экономики развитых стран была характерна совершенная (свободная), конкуренция, что определялось небольшими размерами предприятий и многочисленностью производителей. Однако со второй половины века крупные предприятия захватывают все большую долю рынков (рынков отдельных товаров), что приводит к появлению несовершенной конкуренции, а позже – к появлению монополий.

Создание конкурентной среды – важнейшее условие функционирования рыночной экономики. В начале 90-х годов Россия взяла твердый курс на построение рыночного хозяйства, отказ от государственной монополии и развитие конкуренции. Однако в течение уже 10 лет Россия сталкивалась и продолжает сталкиваться с серьезными проблемами в создании конкурентной среды. Полная государственная монополия, существовавшая в стране более 70 лет, естественные монополии и их социальная значимость – все это существенно осложняет процесс создания конкурентной среды в экономике Российской Федерации. В тоже время уже сегодня можно говорить о значительном прогрессе России в вопросе построения конкурентной среды. Таким образом, вопросы конкуренции имеют сегодня большую актуальность как на макроэкономическом, так и на микроэкономическом уровне.

Тема выпускной квалификационной работы является очень актуальной в наше время, так как управление хозяйственной деятельностью на многих предприятиях совершенно противоречит их миссии и целям. Все это отрицательно сказывается на финансовой деятельности предприятия и препятствует расширению и улучшению всей деятельности организации. Следовательно, необходимо постоянно анализировать свою деятельность и корректировать ее на основе выявленных недостатков. Это, несомненно,

поможет свободно ориентироваться на рынках сбыта и обладать конкурентными преимуществами среди других предприятий.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование особенностей конкурентоспособности малого предприятия в сфере фитнес-услуг ООО Нон – стоп.

Задачами выпускной квалификационной работы является:

- проанализировать факторы конкурентоспособности малого предприятия;

- выявить специфику функционирования малых предприятий в сфере фитнес услуг в современной России;

- охарактеризовать основные характеристики организационно-экономической деятельности малого предприятия в сфере фитнес услуг ООО Нон стоп;

- провести анализ конкурентного положения ООО «Нон стоп» на саратовском рынке фитнес услуг;

- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности ООО Нон стоп.

Объект выпускной квалификационной работы – хозяйственная деятельность ООО Нон стоп. Предмет – поиск конкурентных преимуществ малого предприятия в сфере фитнес услуг ООО Нон стоп в условиях конкурентной среды.

Теоретические основы и проблемы по вопросам конкурентоспособности малых предприятий исследованы такими отечественными авторами, как Ахматова М., Баканов М.И., Волонцевич Е.Ф., Грибов В.Д., Дымкина А. А., Егорова Н.Е., Иванов А., Иванова Г.Я., Калинина О.В., Кондратьев В., Кормнов Ю., Кузнецов Ю.

Особенности конкурентоспособности отдельных малых предприятий исследованы такими авторами Лапуста М.Г., Егорова Н.Е., Макаренко Т.Д., Лескова Т.М., Лосева Т.Н., Саркисян Л.Ю. Скрипкин К.И. и другими.

Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности малых предприятий присутствует в работах таких авторов как Шулус А.П., Фатхутдинов Р.А. Ершова Ю.С .

Информационную базу исследования составляют нормативно-правовые акты, учебная и научная литература, публикации в периодических изданиях, средства Интернет.

Выпускная квалификационная работа состоит из трех глав, четырех параграфов, введения, заключения и списка использованных источников. В список использованных источников входит 44 наименований. Выпускная квалификационная работа изложена на 71 страницах.

**Основное содержание:** Конкурентоспособность<sup>1</sup> – комплексная характеристика, которая может выражаться через групповые, интегральные, обобщенные показатели. Целью оценки конкурентоспособности предприятия является определение положения предприятия на отраслевом, региональном или международном рынках. Конкурентоспособность предприятия – это его способность успешно соперничать на рынке и получать относительно конкурентов экономические выгоды.

В работе были рассмотрены существующие в настоящее время проблемы конкурентоспособности малого предприятия в сфере фитнес услуг на примере ООО Нон стоп. На основании проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

- 1) Конкуренция на рынке фитнес-услуг развивается по нескольким направлениям: конкуренция между сетями компаний (сеть – сеть), также, конкуренция между сетевыми компаниями и одиночными сеть – одиночный фитнес-клуб, сетевой или одиночный фитнес-клуб. Между фитнес-клубами вероятность появления новых конкурентов достаточно высокая, так как барьеры для входа в отрасль невелики. В свою очередь это стимулирует

---

<sup>1</sup> З. Иванова, Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия. -М.: Феникс, 2008. – с. 304

появление новых предприятий на рынке фитнес-услуг в г. Саратов

2) В таблице 1<sup>2</sup> представлены основные действующие фитнес-клубы в г. Саратов

Таблица 1 - Характеристика основных фитнес-клубов г. Саратов по состоянию на 2016 г.

	Название фитнес-клуба, год открытия	Общая площадь, м. кв.	Наличие парковки	Наличие занятий для детей	Доп. услуги	Сред. цена, р./мес.
1.	Non Stop, 2011	7000	есть	есть	Бассейн Кардиолог Сауна Фитнес бар	4200
2.	World Class, 2009	5200	есть	есть	Бассейн Монуолог Фитнес-бар Солярий Хамам	5100
3.	Геометрия Фитнеса Авангард by World Class, 2013	1400	есть	нет	Фитнес-бар Солярий Хамам	4950
4.	Геометрия Фитнеса Давыдов by World Class, 2015	1800	есть	нет	Фитнес-бар Солярий Хамам	4950
5.	Оранж Лайф, 2016	750	есть	нет	Фитнес-бар	3400
6.	Багира, 2009	500	нет	нет	Солярий Диетолог	1300
7.	Alex Fitness, 2014		нет	нет	Фитнес-бар	2900
8.	ALLIANCE PROFESSIONAL	1200	нет	есть	Фитнес-бар	1200

<sup>2</sup> Таблица составлена автором

9.	Фитнес Мания, 2010	650	есть	нет	Фитнес-бар	2500
10.	Фитнес Мания» на Калинина, 2012	700	есть	нет	Фитнес-бар	2050
11.	Варяг, 2013	2100	есть	есть	–	1500
12.	Седьмое Небо, 2010	540	есть	есть	Солярий	2550
13.	Седьмое Небо, 2009	580	есть	есть	Солярий	2550
14.	FanGym, 2016	3000	есть	есть	Массаж Сауна	2400
15.	FitnessMax, 2010	490	нет	есть	Солярий	1600
16.	FitnessMax, 2015	530	нет	есть	Солярий	1600
17.	Импульс Холл, 2015	730	есть	есть	Массаж Монолог	4350

Все вопросы конкурентных отношений чрезвычайно важны для фитнес-клуба, так как напрямую связаны с самим существованием бизнеса, с величиной прибыли, рентабельности и оплаты труда. Руководство фитнес-клуба должно постоянно держать в поле зрения проблемы, связанные с конкурентоспособностью клуба, своевременно предпринимать меры по совершенствованию и модернизации бизнеса, анализировать действия конкурентов и, при необходимости, заимствовать их позитивный опыт.

Фитнес-клуб «Нон стоп» – это успешно работающая фитнес компания в г. Саратов, которая обладает высокими конкурентными преимуществами, однако, на фоне успешного экономического процветания, на предприятии наблюдается ряд проблем в сфере продвижения фитнес-услуг.

3) Основным конкурентом фитнес-клуба «Нон стоп» является фитнес-клуб «World Class». Во-первых, это связано с географической близостью

расположения двух клубов, а во-вторых видами групповых программ и уровнем сервиса.

В результате сравнительного анализа двух фитнес-клубов было выявлено ряд слабых сторон фитнес-клуба «Нон стоп» (таблица 2).

Таблица 2 - Сравнительный анализ фитнес-клуба «Нон стоп» с основным конкурентом, 2016 г.<sup>3</sup>

Фитнес-клуб	Сильные стороны	Слабые стороны
1. «Нон стоп»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специальная программа по снижению веса «Покажи результат».</li> <li>2. Проводят семинары по йоге.</li> <li>3. Более современные тренажеры бренда Life fitness.</li> <li>4. Тренерский состав - 16 человек.</li> <li>6. Высокий уровень сервиса, профессионализм персонала</li> <li>7. Территориальное расположение</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маленькая парковка для клиентов.</li> <li>2. Меньше групповых программ (30).</li> <li>3. Заморозка абонемента 15 дней.</li> <li>4. Более высокие цены на клубные карты.</li> <li>5. Нет детского фитнеса и детской комнаты.</li> <li>6. Нет консультаций врача/диетолога.</li> </ol>
2.«World Class»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Больше групповых программ (более 50).</li> <li>2. Просторная парковка для клиентов.</li> <li>3. Есть детский фитнес.</li> <li>4. Есть диагностика тела.</li> <li>5. Есть диетолог.</li> <li>6. Заморозка абонемента от 30 дней.</li> <li>7. Тренажерный зал больше (850 кв. м.).</li> <li>8. Обучающий центр международной школы инструкторов ITS Fitness.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тренерский состав - 8 человек.</li> <li>2. На сайте нет расписания.</li> <li>3. В тренажерном зале мало беговых дорожек.</li> <li>4. Нехватка полотенец, периодическое отсутствие воды в кулере.</li> <li>5. Низкая степень профессионализма персонала.</li> </ol>

<sup>3</sup> Таблица составлена автором

Таким образом, можно выделить ряд составляющих коммерческого успеха фитнес-клуба: постоянное привлечение в клуб клиентов из новых, неосвоенных сегментов, и удержание постоянных клиентов. Кроме того, игрокам данной сферы необходимо направлять все усилия на поддержание высокого качества услуг (прежде всего за счет работы персонала), выбор выгодного местоположения клуба, проведение гибкой ценовой политики, введение разнообразных услуг, в том числе дополнительных, своевременное обновление оборудования.

4. СМС- рассылка. Услуги по смс- рассылке актуальны в настоящее время и входят в информационную составляющую рекламной кампании. Краткие смс сообщения направлены на то, чтобы сотрудничество между компанией и клиентом стало долговечным, а объемы продаж возрастали. Смс-рассылка дает возможность не только своевременно информировать клиентов, но также и коллег о важных событиях или акциях, происходящих в компании. И при всем этом, преимущества очевидны. Взять хотя бы во внимание, что стоимость смс-рассылки во много раз меньше различных рекламных мероприятий. Благодаря этому повышается эффективность рекламной кампании при минимальных финансовых затратах.<sup>4</sup>

4) Для удержания своего уровня и повышения конкурентоспособности необходимо совершенствовать организацию деятельности фитнес-клуба. Для эффективной работы фитнес-клуба «Нон стоп» было разработано ряд мероприятий:

- повышение квалификации персонала;
- расширение ассортимента услуг;
- разработка рекламной продукции;
- участие в презентации;

разработка и внедрение промо акций по системе biglion

---

<sup>4</sup> Яшева Г.А. Как оценить конкурентоспособность товара / Г.А. Яшева // Маркетинговое образование. – 2015. – №1. – С.23.



5) Особую роль при этом играет специальная и психологическая подготовка сотрудников, которые работают в постоянном контакте с клиентами – конечными потребителями фитнес-услуг. С высокими профессиональными знаниями и умениями люди не рождаются. Они появляются в результате ежедневных тренировок, постоянного обучения, общения с клиентами и коллегами. Именно этот процесс – обучения и самообучения сотрудников, который проходит в систематизированной форме (профессиональное обучение) или в процессе повседневной работы – делает обычных работников профессионалами высокого класса, для которых фитнес – не просто средство зарабатывания денег, а смысл жизни. Выполняя свои должностные обязанности с душой, со знанием дела, работники фитнес-клуба не только, получают от своего труда немалое моральное удовлетворение, но и приносят повышенные доходы в общую копилку.

Таблица 3 – План курсов повышения квалификации персонала<sup>5</sup>.

	Месяц	Программа повышения квалификация	Должность сотрудника
1.	Январь	Системы методики фитнес- тренировок.	Инструктор тренаж. зала
2.	Февраль	Инструктор силовых направлений групповых	Инструктор гр. программ
3.	Март	Особенности ведения бухгалтерского учета фитнес центра.	Бухгалтер
		Администратор – зеркало фитнес центра».	Администратор
		Европейские стандарты в обслуживании	Управляющий тренажерного зала
4.	Апрель	Функциональная групповая тренировка.	Инструктор гр. программ
		Управление персоналом в фитнес- центре.	Инструктор тренаж. зала
5.	Май	Инъекции красоты, техника выполнения.	Косметолог
6.	Июль	Организация финансовой деятельности	Директор
		Эффективность тренировок класса Med	Инструктор гр.программ

<sup>5</sup> Таблица составлена автором

		Body	
7.	Сентябрь	Автоматизация бухгалтерского управленческого	Бухгалтер
		Эффективная техника продаж услуг фитнеса	Администратор
8.	Октябрь	Современная экономика предприятий фитнес	Директор
		Танцевальные направления Dance Mix	Инструктор гр. программ
9.	Ноябрь	Маркетинг и реклама в фитнес – клубе.	Управляющий
10.	Декабрь	Расходы на персонал: налог и прибыль	Бухгалтер

**Заключение:** Чистая конкуренция, равно как и чистая монополия являются по своей сути скорее исключениями, а не правилом рынка. На любом рынке всегда присутствуют и олигополии, и элементы несовершенной конкуренции. Безусловно, действуют на рынках и монополии.

Стоит отметить, что «...отношение общественности и государства к различным формам несовершенной конкуренции всегда двойственно вследствие противоречивой роли монополии в экономике. С одной стороны, монополии ограничивают выпуск продукции и устанавливают более высокие цены в силу своего монопольного положения на рынке, что вызывает нерациональное распределение ресурсов и обуславливает усиление неравенства доходов. Монополия, безусловно, снижает жизненный уровень населения».

Однако с другой стороны, существуют достаточно весомые аргументы в пользу монополий, и направленные против совершенной конкуренции. Продукция монополистических компаний отличается достаточно высоким качеством, что и позволило этим фирмам завоевать господствующее положение на рынке. Монополизация в отличие от совершенной конкуренции воздействует на повышение эффективности производства: только крупная фирма на защищенном рынке обладает достаточными средствами для успешного проведения исследований и разработок.

Таким образом, равно как совершенная, так и несовершенная конкуренции имеют своих сторонников и противников, и играют существенную роль в различных отраслях современной экономики. Опыт развитых стран мира только лишний раз подтверждает это.

Создание конкурентной экономики открывает страну для интеграции в мировое сообщество, открывает каналы для притока иностранных инвестиций, для экспорта и импорта товаров. Иными словами, конкуренция способствует развитию взаимовыгодных внешнеэкономических связей.

Стоит заметить, что Россия обладает достаточным научно-производственным и кадровым потенциалом, богатейшими природными ресурсами (в четыре раза богаче США), чтобы разработать систему обеспечения конкурентоспособности страны, настойчиво и терпеливо, но неуклонно уходить с характерного для россиян 127 места в мире по конкурентоспособности. Если же в ближайшее время не начнется реальное создание условий для развития свободной конкуренции, для повышения конкурентоспособности России в целом, то вскоре можно будет ожидать еще большее снижение конкурентоспособности страны, а вместе с этим и дальнейшее снижение жизненного уровня населения, так как именно уровень развития конкуренции во многом определяет жизненный уровень населения каждой страны.

Развитие сферы малого предпринимательства способствует решению многих социально-экономических проблем, к которым относится создание среднего класса, снижение безработицы, формирование рациональной структуры экономики, рост доходной части бюджетов всех уровней и др. Стабильность экономики будет расти при увеличении количества предприятий малого бизнеса, а также числа занятых в этих предприятиях.

Конкурентоспособность малого предприятия – совокупная числовая характеристика, с ее помощью расцениваются достигнутые предприятием итоговые результаты ее деятельности в течение конкретного периода. Своего рода - это система элементов, предназначенных для выражения числовой

оценки конкретного вида потенциала. Обеспечение конкурентоспособности предприятия зависит от приобретённых им некоторых преимуществ, при сравнении их с основными, действующими конкурентами, а значит: экономических, инвестиционных, имиджевых, финансовых и т. п.

В качестве объекта исследования был выбран фитнес-клуб ООО «Нон стоп».

Основной вид деятельности ООО «Нон стоп» является предоставление фитнес-услуг населению. Материальная база клуба состоит из зоны ресепшн, гардероба, фитнес-бара, кабинета директора клуба, тренажерного зала, зала групповых программ, кабинета функциональной диагностики, раздевалки, массажного кабинета.

Динамика товарного ассортимента услуг спортклуба сейчас находится на стадии роста. В 2016 году слегка увеличился объем продажи на услуги тренажерного зала, групповых занятий и персональный тренинг, но так же заметен и спад продаж на дополнительные услуги: СПА, массаж и косметологические услуги. Недостаток внимания к тактическому ценообразованию может привести не только к сниженной фактической цене продаж, но и к снижению объема продаж а, следовательно, и объема прибыли.

Для повышения эффективной деятельности фитнес-клуба «Нон стоп» необходимо разработать мероприятия, направленные на продвижение услуг с помощью стратегических программ по маркетингу и стимулированию потребителей.

В работе были определены затраты на реализацию предложенных мероприятий по совершенствованию эффективной деятельности предприятия фитнес-клуба «Нон стоп».

Разработанные мероприятия:

- повышение квалификации персонала;
- разработка рекламной продукции;
- участие в презентации;
- разработка и внедрение промо акций по системе biglion.