

*ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ ПО ВОПРОСАМ
ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ В ФИТНЕС-ЦЕНТРАХ*

Н.Т. ШАМКОВА, А.И. РОМАНЕНКО, В.И. МАКСИМОВА

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская 2.*

Рассмотрен процесс обслуживания посетителей фитнес-центров в контексте эффективности предоставляемых информационно-консультационных услуг по вопросам здорового питания. Показано, что для организации бизнеса данной сферы услуг требуется подход, ориентированный на удовлетворение конкретных потребностей отдельного потребителя. Авторами разработан проект оказания информационно-консультационных услуг по вопросам здорового питания в фитнес-центре, включающий модель и структуру процесса с описанием этапов. Приведены важнейшие характеристики услуги, обеспечивающие ее способность удовлетворять определенные потребности. Сделан вывод, что повышение эффективности обслуживания клиентов фитнес-центров информационно-консультационными услугами по вопросам здорового питания будет способствовать росту конкурентоспособности организации в целом.

Ключевые слова: информационно-консультационные услуги, обслуживание, здоровое питание, фитнес-центр.

В настоящее время наблюдается динамичность развития сферы услуг. При этом компании, присутствующие на этом рынке, признают необходимость действенных инструментов маркетинга. Разработка и реализация эффективной маркетинговой стратегии становится ключом к победе среди конкурентов [1].

При разработке собственной концепции формирования предложений по оказанию платных услуг, учитывая большое разнообразие их видов, целесообразно принимать во внимание конъюнктуру рынка, основываясь на соотношении величин предложения и текущего спроса.

Информация, касающаяся здорового питания особенно востребована посетителями фитнес-центров, так как успех занятий спортом складывается из трех основных компонентов: тренировки, питание, отдых.

Нами предложен проект оказания информационно-консультационных услуг по вопросам здорового питания в фитнес-центре, включающий модель и структуру процесса с описанием этапов. Для организации бизнеса сферы услуг требуется подход, ориентированный на удовлетворение конкретных потребностей отдельного потребителя. Повышение эффективности обслуживания клиентов фитнес-центров информационно-консультационными услугами будет способствовать росту конкурентоспособности организаций в целом.

Под понятием «консультационная услуга» следует понимать вид товара (обладающий качествами, характеризующими его целевое назначение, и свойствами, ради которых он приобретает и потребляется), созданный в результате целесообразной деятельности, цель приобретения которого выражается полезным эффектом, удовлетворяющим потребности в информации [2, 3].

Согласно классификации К. Лавлока, можно выделить различие консультационных услуг по базовым характеристикам спроса. В основу матрицы К. Лавлока положен следующий признак классификации: состав объектов - на кого или на что направлены действия, являющиеся сутью консультационной услуги. В квадранте матрицы отражены консультационные услуги, предоставляющие из себя неосязаемые действия, направленные на сознание человека (клиента), такие как средства массовой информации, образование. В этом случае клиент должен присутствовать ментально, но может находиться либо в специальном помещении, где предоставляется услуга, либо в определенном месте, связь с которым осуществляется посредством передаваемых сигналов или с помощью телекоммуникаций.

Модель процесс предоставления информационно-консультационных услуг по вопросам здорового питания в фитнес-центре с выделением основного технологического процесса и процесса обслуживания приведена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Процесс предоставления информационно-консультационных услуг по вопросам здорового питания в фитнес-центре

Процесс обслуживания при предоставлении услуг фитнес-центра включает в себя совокупность действий и операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем в процессе обслуживания.

Следует отметить, что к важнейшим характеристикам услуги, обеспечивающим ее способность удовлетворять определенные потребности, относятся:

- *Надежность.* Способность персонала в точности предоставить обещанную услугу. С обеспечения надежности должна начинаться разработка программы качественного сервиса. Основанием для надежности является компетентность персонала обслуживания. Услуги фитнес центра предоставляются аккуратно и в срок.

- *Предупредительность.* Решимость помочь клиенту и оказать услугу. При возникновении нештатные ситуации или же у клиентов появляются особые желания. В подобных случаях оценивается способность предприятия найти неординарное и эффективное решение.

- *Доверительность.* Умение персонала вызывать доверие. Для создания доверительности очень важно акцентировать внимание на внешних признаках, которым потребители доверяют в большей степени. Хорошо организованный интерьер фитнес центра, чистота помещений и опрятный вид улыбающихся служащих — все это внешние критерии качества обслуживания, по которым клиенты сделают заключение о том, что здесь все в порядке, этой организации можно довериться.

- *Доступность.* Простота установления связей с персоналом.

- *Коммуникативность.* Способность обеспечить обслуживание, исключая недопонимание между персоналом и клиентами за счет того, что необходимая информация будет предоставляться клиентам вовремя и без дополнительного запроса с их сторон.

- *Внимательное отношение.* Индивидуальное обслуживание и внимание, которое организация проявляет по отношению к клиенту.

На основании принятой модели процесс предоставления информационно-консультационных услуг разработана структура оказания процесса услуги, которая включает в себя последовательность выполняемых действий, их содержание и виды процессов, таблица 1

Таблица 1 – Структура оказания информационно-консультационных услуг по вопросам здорового питания в фитнес-центре

Этапы	Содержание работ	Виды процессов
Подготовка помещения к приему посетителей	Уборка зоны ресепшн, кабинет врача-диетолога	Основной технологический процесс
Настройка оборудования	Включение оборудования, настройка аппарата для исследования компонентного состава тела	Основной технологический процесс
Встреча посетителей. Предложение	Встреча на ресепшн фитнес центра, консультация по услугам фитнес центра	Процесс обслуживания клиента
Общение врача-диетолога с посетителем	Знакомство посетителя с врачом-диетологом, консультация	Процесс обслуживания клиента
Проведение диагностики организма	Диагностика состава тела (биоимпедансный анализ)	Процесс обслуживания клиента

Окончание таблицы 1

Разработка индивидуального плана питания	На основе результатов диагностики разрабатывается план питания индивидуально каждому	Процесс обслуживания клиента
Оплата услуги	Оплата на ресепш оказанных услуг	Процесс обслуживания клиента
Завершение обслуживания	Прощание с посетителями	Процесс обслуживания клиента

Первый этап – организация информационно-консультационных услуг – это подготовка к обслуживанию, уборка кабинета специалиста по вопросам здорового питания или врача-диетолога, зоны ресепшн. В фитнес-центре гостей встречает администратор зала на ресепшн, который должен быть грамотным специалистом и иметь презентабельный внешний вид.

Следующий этап – подготовка предложения и консультации администратора. Цель стадии подготовки предложения - гарантировать продажу услуг. Предложение - это письменная характеристика услуг, которые предлагаются, и условия, на которых они могут быть выполнены. В нем также могут содержаться доводы в пользу проведения таких работ и выгоды, которые может клиент из этого извлечь. Этап консультации клиентов включает в себя предоставление достоверной информации об услугах фитнес-центра. Вся информация предоставляется в полном объеме. Администратор должен быть готов ответить на любой вопрос, заданный посетителем.

В случае положительной реакции клиента следующим этапом является знакомство со специалистом по вопросам здорового питания или врачом-диетологом. Администратор проводит посетителя в кабинет, где будет оказываться услуга. При обучающем консультировании консультант, которым в данном случае выступает специалист по вопросам здорового питания или врач-диетолог, подготавливает почву для возникновения и формирования правильного пищевого поведения, предоставляя клиенту соответствующую теоретическую и практическую информацию [4].

Этап проведение диагностики и разработка индивидуального плана питания является основным этапом во всем процессе обслуживания.

Проводится диагностика состава тела (биоимпедансный анализ), которая определяет: процент содержания жира и воды в организме, количество мышечной массы, физический тип (оценка телосложения), количество ежедневного употребления калорий. После диагностики разрабатывается индивидуальный план питания, реализуется вторая часть обучающей программы о рациональном питании. Во время встречи консультанту необходимо внимательно слушать и стараться понять, в чем нуждается клиент. Специалист по вопросам здорового питания или врач-диетолог уделяет внимание не только пищевому поведению клиента, но и выбору, совмещению тренировочной программы.

Далее проводится оплата предоставляемых услуг. Единица услуги – один астрономический час, оплата осуществляется исходя из фактической продолжительности консультации, минимальная продолжительность консультаций для расчета стоимости услуг – один час, при неполном часе производится округление до одного часа. Посетитель на стойке ресепшн оплачивает посещение врача-диетолога и получает чек, которые подтверждает процесс оплаты услуги. Стоимость услуги определяется в соответствии с действующими тарифами (прейскурантом). При оказании устных консультаций возможна оплата в форме наличного или безналичного расчета, по факту оказания услуг или предоплата 100 %. При оказании письменных консультаций: оплата в форме наличного или безналичного расчета, предоплата 100 %, единица услуги – один вопрос. При абонентском обслуживании: оплата в форме безналичного расчета. Стоимость услуг является твердой и в течение срока действия договора изменению не подлежит.

Заключительным этапом является завершение обслуживания. Администратор прощается с посетителем. В течение определенного времени консультант проводит динамическое наблюдение за клиентом.

Проведенный SWOT – анализ, таблица 2 и 3, позволяет доказать, что внедрение информационно-консультационной услуги по вопросам здорового

питания в фитнес-центре расширит базу постоянных клиентов, будет способствовать закреплению данной услуги на рынке.

Т а б л и ц а 2 – SWOT-анализ информационно-консультационных услуг

Сильные стороны (S): - Наличие инновационных способностей и возможности их реализации; - Высокая квалификация персонала; - Преимущество в области конкуренции;	Слабые стороны (W): - Замедление роста рынка;
Возможности (O): - Рост спроса на услуги; - Объединение с партнерами по рынку; - Умеренная конкуренция; - Устойчивый спрос на услугу;	Угрозы (T): - Изменение потребностей клиентов

Матрица SWOT-анализ информационно-консультационных услуг представлена в таблице 7.

Т а б л и ц а 3 – Матрица SWOT-анализ информационно-консультационных услуг

Матрица SWOT-анализа	Возможности: А. Рост спроса на услуги; Б. Объединение с партнерами по рынку; В. Умеренная конкуренция; Г. Устойчивый спрос на услугу;	Угрозы: А. Изменение потребностей клиентов
Сильные стороны: 1.Наличие инновационных способностей и возможности их реализации; 2.Высокая квалификация персонала; 3.Преимущество в области конкуренции;	1-А: Увеличение спроса на услуги, с помощью инновационных идей 2-Г: Формирование базы постоянных клиентов	1-А: Угроза потери клиентов;
Слабые стороны: 1.Замедление роста рынка;	1-А, 1-Б: Позволит услуге закрепиться на рынке	1-А: Снижение цен на услугу

Повышение эффективности обслуживания клиентов фитнес-центров информационно-консультационными услугами по вопросам здорового питания будет способствовать росту конкурентоспособности организаций в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беквит Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг. М., 2004. 272 с.

2. Королева Т.А. Консалтинг: Учебное пособие.- СПб.: изд. СПбГУКиТ, 2011.- 142 с.

3. Севрюкова М. С. Учебно-методический комплекс консультирования «Основы кадрового консультирования», 2015. – 5с.

4. Скальный А.В. Основы здорового питания. / А.В.Скальный, И.А. Рудаков, С.В. Нотова, Т.И.Бурцева, В.В. Скальный, О.В. Баранова. - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2005. – 117 с. (пособие по общей нутрициологии)

REFERENCES

1. Bekvit G. Prodavaja nezrímoe: Rukovodstvo po sovremennomu marketingu uslug. M., 2004. 272 s.

2. Koroleva T.A. Konsalting: Uchebnoe posobie.- SPb.: izd. SPbGUKiT, 2011.- 142 s.

3. Sevrjukova M. S. Uchebno-metodicheskij kompleks konsul'tirovanija «Osnovy kadrovogo konsul'tirovanija», 2015. – 5s.

4. Skal'nyj A.V. Osnovy zdorovogo pitaniya. / A.V.Skal'nyj, I.A. Rudakov, S.V. Notova, T.I.Burceva, V.V. Skal'nyj, O.V. Baranova. - Orenburg: GOU OGU, 2005. – 117 s. (posobie po obshhej nutriciologii)

IMPROVING THE EFFICIENCY OF CUSTOMER SERVICE

INFORMATION AND CONSULTING SERVICES ON HEALTHY NUTRITION

THE FITNESS-CENTER

N.T. SHAMKOVA, A.I. ROMANENKO, V.I. MAKSIMOVA

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072.*

The process of visitor services fitness centers in the context of the efficiency offered by information and advice on healthy eating. it is shown that the organization of the service sector business requires an approach that focuses on the specific needs of the individual consumer. the authors have developed the project of providing information and advice on healthy eating at the fitness center., which includes a model of the process and the structure of the description of stages. it presents the most important characteristics of the service to ensure its ability to meet specific needs. it is concluded that the increase in the efficiency of customer service centers fitness information and advisory services on a healthy diet will boost the competitiveness of the organization as a whole.

Key words: information and consulting services, services, healthy food, fitness center.