

ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

www.intereconom.com

Высшей аттестационной комиссией (ВАК) Министерства образования и науки РФ журнал включен в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

В номере:

Конкурентоспособность российского сельского хозяйства: сущность, тенденции и перспективы
В.И. Трухачёв, Ю.Г. Бинатов, А.Н. Герасимов, Ю.С. Скрипниченко

Институциональные основы формирования экономической безопасности страны
Т.Ф. Рябова

Проблемы выбора и реализации эффективной модели инновационного экономического развития в условиях нового технологического уклада
Н.А. Новицкий

Ключевое значение инновационного потенциала для развития организаций в условиях импортной зависимости страны
Е.В. Минаева

Инновационный практико-ориентированный формат и креативные технологии развития социальной кооперации в территориальном пространстве на этапе социально-экономических преобразований
И.В. Роздольская, М.Е. Ледовская, Ю.А. Мозговая

Формирование инновационных кластеров региональных предприятий
Н.Б. Ушакова

Мотивация и факторы академического предпринимательства
Е.В. Хегай, Л.Н. Бабак, И.Д. Филаткина, М.Д. Филаткина

Сравнительный анализ методов экономического прогнозирования добычи углеводородов
И.В. Осинская

Конкурентоспособность университета и факторы ее определяющие
А.Н. Троценко, И.М. Романова

... и другие статьи на актуальные темы

16+



№ 11 (ч. 1)



Редакционный совет

Председатель

Чевычелов В.А.
доктор экономических наук,
профессор, Российский государственный
университет правосудия,
г. Москва, Россия

Члены совета

Андреев В.К.
доктор юридических наук,
профессор, заслуженный юрист РФ,
зав. отделом гражданско-правовых
и корпоративных исследований,
Российский государственный университет
правосудия, г. Москва, Россия

Бабаева З.Ш.
кандидат экономических наук,
профессор, Дагестанский
государственный университет,
г. Махачкала, Россия

Бахрушин В.Е.
доктор физико-математических наук,
профессор, Запорожский институт
государственного
и муниципального управления,
г. Запорожье, Украина

Безуглов Н.И.
заместитель главного редактора,
кандидат экономических наук,
г. Москва, Россия

Битзенис Аристидис П.
PhD, профессор, Университет
Македонии, г. Салоники, Греция

Блинов А.О.
доктор экономических наук,
профессор, Финансовый
университет при Правительстве РФ,
г. Москва, Россия

Бунич Г.А.
доктор экономических наук,
профессор, Российский экономический
университет им Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия

Воейков М.И.
доктор экономических наук,
профессор, заведующий сектором,
Институт экономики РАН,
г. Москва, Россия

Воронов А.А.
доктор экономических наук,
профессор, Кубанский
государственный университет,
г. Краснодар, Россия

Гаспарян А.Ю.
эксперт по научной коммуникации, PhD,
профессор, член Президиума
Европейской ассоциации
научных редакторов,
Бирмингем, Великобритания

Герасимов А.Н.
доктор экономических наук,
профессор, Ставропольский
государственный аграрный университет,
г. Ставрополь, Россия

Горин С.В.
главный редактор,
доктор экономических наук,
профессор, г. Москва, Россия

Грахов В.П.
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой «ПГС»,
Ижевский государственный
технический университет им.
М.Т.Калашникова,
г. Ижевск, Россия

Чалеб Нашван
PhD, профессор, Университет
Саба, г. Сана, Йемен

Егорова Н.Е.
доктор экономических наук,
профессор, главный научный
сотрудник, Центральный экономико-
математический институт РАН,
г. Москва, Россия

Жуков Б.М.
доктор экономических наук,
профессор, зав. каф. менеджмента,
маркетинга и предпринимательства,
Южный институт менеджмента,
г. Краснодар, Россия

Карпунина Е.В.
заместитель главного редактора,
кандидат экономических наук,
г. Рязань, Россия

Клочко Е.Н.
доктор экономических наук,
профессор кафедры менеджмента,
Южный институт менеджмента,
г. Краснодар, Россия

Митрович Любиша
доктор философских наук,
профессор, зав. кафедрой общей
социологии, руководитель Центра
балканских исследований,
Нишский университет, г. Ниш, Сербия

Паламарчук О.Т.
доктор филологических наук, профессор,
ректор Кубанского социально-
экономического института,
г. Краснодар, Россия

Петрович М.В.
доктор экономических наук,
профессор, зав. кафедрой государствен-
ного управления экономическими систе-
мами, Академия управления при Прези-
денте Республики Беларусь,
г. Минск, Беларусь

Полозова А.Н.
доктор экономических наук,
профессор, Институт менеджмента,
маркетинга и финансов,
г. Воронеж, Россия

Роздольская И.В.
доктор экономических наук,
профессор, Белгородский университет
кооперации, экономики и права,
г. Белгород, Россия

Рыжов И.В.
доктор экономических наук,
профессор, Военный университет
Министерства обороны РФ,
г. Москва, Россия

Рябова Т.Ф.
доктор экономических наук,
профессор, Московский государственный
университет технологий
и управления, г. Москва, Россия

Семяшкин Г.М.
доктор экономических наук,
профессор, ректор, Институт
переподготовки и повышения
квалификации работников агропромыш-
ленного комплекса
Республики Коми,
г. Сыктывкар, Россия

Сухарев О.С.
доктор экономических наук, профессор,
главный научный сотрудник, Институт
экономики РАН, г. Москва, Россия

Шульц Майкен
PhD, профессор, Копенгагенская
бизнес-школа, г. Копенгаген, Дания

Тиньков С.В.
заместитель главного редактора,
кандидат экономических наук,
г. Москва, Россия

Фучкан Джорджица
доктор экономических наук,
профессор экономического факультета,
Загребский университет, г. Загреб, Хорватия

Фу-сян Лю
доктор философских наук, профессор,
заместитель директора Института
бизнеса и менеджмента, Шеньянский
университет, Китай

Цуркану Николае
доктор экономических наук, профессор,
Технический университет Молдовы,
г. Кишинев, Молдова

Чичелли Анжело
профессор товароведения, Университет
"Г. Д'Аннунцио", Кьети-Пескара, Италия

Шепель В.М.
доктор философских наук, профессор,
Лига профессиональных имиджмейкеров,
г. Москва, Россия

Становление и развитие бережливого производства <i>Л.Н. Дробышевская, Л. В. Игнатова</i>	883
Собственность: экономические мифы и российская реальность <i>Г.И. Лукьянов, И.А. Чередниченко</i>	889
Некоторые подходы к разработке концепции региональной аграрной политики <i>Л.А. Яндарбаева, Д.С. Саралинова, А.В. Мисаков</i>	893
Методы оценки демографических аспектов трансграничной миграции <i>Н.Б. Ушакова</i>	897
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	
Промышленный шпионаж и конкурентная разведка как современные методы изучения ситуации на рынке <i>Т.С. Степченко, В.Е. Довбыш</i>	900
Управление инновационно-предпринимательской деятельностью в высшей школе <i>Ю.И. Гущина</i>	904
Развитие либерализации движения капитала в условиях глобализации <i>Н.С. Славецкая</i>	909
Классические типы предпринимательства <i>Ш.З. Окунчаев</i>	913
Оптимизация и оценка эффективности бизнес-процессов коммерческих предприятий <i>С.И. Багирова</i>	917
Оценка конкурентоспособности спортивного комплекса на рынке спортивно-оздоровительных услуг г. Владивостока <i>О.Ю. Виничук, Т.В. Тилиндис</i>	924
Инновационные направления развития малых форм предпринимательства в АПК <i>Л.В. Гайдаренко, Е.А. Помпик</i>	931
Концепция разработки конкурентоспособных инновационных стратегий организаций инвестиционно-строительного комплекса <i>О.А. Скребова, И.З. Коготкова</i>	936
Перспективы налогового стимулирования развития предприятий малого и среднего бизнеса <i>М.А. Ситникова, Н.П. Плаксенко</i>	941
Бизнес-модели взаимодействия предприятий в процессе закупочной деятельности <i>Е.И. Несмеянова, Е.В. Старикова</i>	945
Развитие бухгалтерского учета как отражение преобразований общественно-экономических отношений <i>Т.В. Пащенко</i>	949
Оценка потенциала развития рынка банкострахования с учетом нарастания финансовой турбулентности <i>А.А. Гулько, Е.Н. Пашкова</i>	953
О сущности «экономического человека» <i>В.С. Тикин</i>	957
Современные тенденции развития процессов слияний и поглощений российских компаний <i>Н.И. Лахметкина, С.Н. Малофеев</i>	963
Особенности финансирования инноваций в развивающихся странах <i>М-Х.М. Идрисов</i>	970
Бизнес-модель мотивации труда персонала <i>Е.И. Несмеянова, Е.В. Старикова</i>	974
Региональные технологические платформы как инструмент поддержки инновационного развития территорий региона <i>З.А. Васильева, Т.П. Лихачева, С.В. Михайлова</i>	979

Оценка конкурентоспособности спортивного комплекса на рынке спортивно-оздоровительных услуг г. Владивостока

О.Ю. Виничук,

канд. экон. наук, доц., доцент кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (Россия, Приморский край, г. Владивосток, Гоголя, 41; e-mail: kv23@list.ru)

Т.В. Тилиндис,

канд. техн. наук, доц., доцент кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (Россия, Приморский край, г. Владивосток, Гоголя, 41; e-mail: tiltat@yandex.ru)

Аннотация. Конкурентоспособность спортивного комплекса является одним из ключевых факторов его развития на региональном рынке. Используя эффективные программы продвижения можно значительно расширить спектр предложения фитнес услуг, увеличить долю рынка, привлечь новых клиентов.

Abstract. The competitiveness of the sports complex is one of the key factors for its development in the regional market. Using an effective program of promoting can greatly expand the range of services offers fitness, increase market share and attract new customers.

Ключевые слова: конкурентоспособность, фитнес услуги, программы продвижения спорткомплекса.

Keywords: competitiveness, fitness services, programs promoting sports complex.

К числу наиболее актуальных проблем современной системы физического воспитания относится стремительный рост популярности спортивно-оздоровительных услуг, который повлек за собой увеличение заведений формата фитнес-клуб, работающих в контексте укрепления и сохранения здоровья различных групп населения. После практически полного заполнения столичного рынка фитнес-культура начала проникать в регионы. По данным Приморского спорткомитета, в среднем уровень обеспеченности в Приморском крае спортивными залами составляет 37,3%, стадионами – 24%, бассейнами – 18,6%. Загрузка спортивных сооружений по городам Приморья составляет от 32-46 %. Удельный вес лиц, занимающихся физической культурой и спортом не превышает 14 % [1].

Конкурентоспособность спортивного продукта определяется наличием характеристик, дающих возможность для привлечения и сохранения его потребителей. Иначе говоря, конкурентоспособным является тот продукт, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех, то есть позволяет быть прибыльно обмененным на деньги в условиях широкого предложения к обмену других товаров-аналогов. На конкурентоспособность организаций спортивной сферы влияет множество факторов. Большое значение имеет оценка видов продвижения услуг спорткомплекса на разные сегменты рынка, а также эксклюзивное предложение для иностранных клиентов. Как любая услуга, фитнес услуга подчиняется общим законам и правилам разработки программ продвижения на национальные и зарубежные рынки (наиболее сопоставимыми являются модели программ продвижения образо-

вательных услуг). Особенно это актуально, когда спорт клуб является элементом крупной образовательной системы, включен в общие программы продвижения на российские и зарубежные рынки, предлагая комплексные услуги, включая и фитнес [2]. Анализ конкурентных позиций спорткомплекса на рынке предполагает определение факторов, воздействующих на отношение посетителей и, как результат, на изменение его доли.

В работе проведена оценка сложившихся условий функционирования спортивных комплексов г. Владивостока с целью выявления их конкурентоспособности. Несмотря на относительную молодость, рынок спортивно-оздоровительных услуг г. Владивостока достаточно насыщенный. В настоящее время на территории города функционируют около 119 предприятий, оказывающих спортивные услуги. Данные предприятия по масштабу деятельности и охвату рынка спортивных услуг г. Владивостока можно разбить на следующие сегменты:

- лидеры рынка (World Class, Master Gym, Геометрия Фитнеса, Чемпион);
- средние спортивные организации (Олимпиец, Athletic Hall, Omel Gym);
- малые спортивные организации (Гавань, Багира, Седьмое Небо, Тонус-клуб, Оранжевый лайф).

Оценив долю рынка каждого по потребителям и предлагаемым услугам, в исследовании выявлено, что в список лидеров вошли такие комплексы как «World Class», который соответствует мировому уровню требований, СК «Чемпион» и «Мастер Джим». Эти спортивные комплексы имеют довольно широкий ассортимент услуг (таблица 1).

Таблица 1

Услуги лидеров рынка среди спортивных комплексов г. Владивостока, 2015 г			
	СК «Чемпион»	«World Class» мировой уровень	СК «Мастер Джим»
Услуги	<ul style="list-style-type: none"> - программы для детей - программы Mind and Body - водные программы - игровые программы - система тренировок TRX интервальные программы - силовые программы - танцевальные программы - фитнес программы - боевые единоборства 	<ul style="list-style-type: none"> - персональный тренинг - силовой и функциональный тренинг - программы Les Mills - кардио тренинг - водные программы танцевальные программы - Mind and Body - боевые искусства - программы Outdoor - детский фитнес - специальные программы 	<ul style="list-style-type: none"> - бассейн - аэробика - восточные единоборства

У данных спортивных комплексов представлено достаточное разнообразие фитнес – занятий, танцев и йоги, что востребованно у молодых потребителей (таблица 2).

Таблица 2

Виды фитнес – занятий, танцев и йоги у лидеров спортивных услуг г. Владивостока, 2015 г			
Виды	СК «Чемпион»	СК «World Class»	СК «Мастер Джим»
Виды занятий фитнес-	<ul style="list-style-type: none"> - танцевальная аэробика - степ-аэробика - силовая аэробика - аквааэробика - пилатес - стретчинг - стрип-денс/стрип-пластика - аэробика - калланетика 	<ul style="list-style-type: none"> - танцевальная аэробика - слайд-аэробика - сайкл-аэробика - степ-аэробика - силовая аэробика - аквааэробика - шейпинг - калланетика - пилатес - стретчинг - бодифлекс - бодибалет - стрип-денс/стрип-пластика - аэробика 	<ul style="list-style-type: none"> - тренажерный зал - кардиостудия - зал самообороны - бассейн - салон красоты SPA - школа фитнес - инструкторов (ФФАР) - дополнительные услуги - залы групповых программ - аквааэробика - cycle - студия - инфракрасная сауна - консультация врача - диетолога - настольный теннис
Стили танца	<ul style="list-style-type: none"> - pole dance - booty dance/twerk - mix dance - хип-хоп - латина - vogue - танец живота - джаз-модерн 	<ul style="list-style-type: none"> - mix dance - хип-хоп - клубный танец - go-go - классические танцы 	
Стили йоги		<ul style="list-style-type: none"> - айенгар-йога - аштанга-виньяса йога - йога для беременных - кундалини йога - йога после родов 	

У каждого спорткомплекса есть свои преимущества и недостатки (таблица 3). К ним можно отнести один из ключевых факторов - месторасположение: филиалы СК «Чемпион» расположены в разных районах города, имеющих хорошую проходимость, «World Class» и «Олимпиец» находятся в центре города.

Таблица 3

Сводная оценка факторов, влияющих на качество спортивных услуг лидеров рынка, г. Владивосток, 2015 г			
	СК «Чемпион»	СК «World Class»	СК «Мастер Джим»
Тип студии	<ul style="list-style-type: none"> - детские - взрослые - женские 	<ul style="list-style-type: none"> - детские - взрослые 	<ul style="list-style-type: none"> - детские - взрослые
Районы	<ul style="list-style-type: none"> - Тихая - Гоголя - Вторая речка - Заря 	<ul style="list-style-type: none"> - Центр 	<ul style="list-style-type: none"> - Центр
Парковка	бесплатная/охраняемая	бесплатная/охраняемая	неохраняемая
Типы абонементов	<ul style="list-style-type: none"> - месячный - полугодовой, - годовой 	<ul style="list-style-type: none"> - месячный - полугодовой - годовой 	<ul style="list-style-type: none"> - месячный
Стоимость	<ul style="list-style-type: none"> - разовое - от 200 до 350 рублей - абонемент - от 1800 до 3600 рублей 	<ul style="list-style-type: none"> - месяц - 4500 - полгода -27000 	<ul style="list-style-type: none"> - годовой от 23 000
Наличие душевых	есть	есть	есть (6 муж., 6 жен.).
Оплата	<ul style="list-style-type: none"> - наличный расчет - безналичный расчет, - Visa - Master Card 	<ul style="list-style-type: none"> - наличный расчет - безналичный расчет - Visa - Master Card 	<ul style="list-style-type: none"> - наличный расчет - безналичный расчет - Visa - Master Card
Бассейн	есть	есть	есть
Дополнительные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - фитнес-бар - магазин спортивного питания 	<ul style="list-style-type: none"> - фитнес-бар - магазин спортивного питания 	<ul style="list-style-type: none"> - фитнес-бар - магазин спортивного питания

Лидерами являются те комплексы, у которых типы студий представлены как для взрослых, так и для детей, оплата может производиться любым удобным для потребителя способом. Далее в исследовании рассмотрены особенности работы средних по масштабу спортивных комплексов, таких как: «Олимпиец», «Omel

Gym», «Athletic Hall». Для них характерно хорошее разнообразие услуг, в некоторых комплексах есть услуги, отличающиеся от других, такие как SPA. Но у лидеров рынка сегмент услуг гораздо разнообразней и более востребованный (таблица 4).

Таблица 4

Виды услуг средних по масштабу деятельности спорткомплексов г. Владивостока, 2015г.

Услуги	СК «Олимпиец»	СК «Omel Gym»	СК «Athletic Hall»
	- тренажерный зал - кардиостудия - зал самообороны - бассейн - салон красоты SPA - дополнительные услуги - залы групповых программ - аквааэробика - cycle - студия - инфракрасная сауна - консультация врача - диетолога	- Единоборства - йога - фитнес - тренажерный зал	- фитнес - бодибилдинг - пауэрлифтинг

У данных спортивных комплексов очень небольшое разнообразие видов фитнес - занятий, танцев и йоги. Но в таких комплексах как «Athletic Hall» и «Omel Gym» довольно широк

ассортимент тренажеров, поэтому они не уступают лидерам на рынке. В таблице 5 представлены основные преимущества и недостатки средних спорт комплексов на рынке.

Таблица 5

Сводная оценка факторов, влияющих на качество спортивных услуг средних СК г. Владивостока, 2015 г

	СК «Олимпиец»	СК «Omel Gym»	СК «Athletic Hall»
Тип студии	детские, взрослые	взрослые	взрослые
Районы	Центр	Эгершельд	Цирк-Гайдамак
Парковка	неохраняемая	неохраняемая	неохраняемая
Типы абонементов	месячный, полугодовой, годовой	месячный, годовой	месячный, полугодовой, годовой
Стоимость	годовой -20000	год - 30000, месяц - 2500, разовое 500	год - 14800, полгода - 10800, месяц -2300, разовое - 400
Наличие душевых	есть	есть (1 муж., 1 жен.)	есть (1 муж., 1 жен.).
Оплата	наличный расчет, безналичный расчет Visa, MasterCard	наличный расчет	наличный расчет
Бассейн	есть	есть	есть
Дополнительные услуги	Фитнес-бар, магазин спортивного питания	Фитнес-бар, магазин спортивного питания.	Фитнес-бар, магазин спортивного питания.

К малым по масштабам деятельности спорткомплексам г. Владивостока можно отнести такие как: «Гавань», «Молодежный» и «Оранжевый Лайф». В этих комплексах спектр услуг немного иной, чем у лидеров. Но спорткомплекс «Молодежный», например имеет специализацию по всем видам единоборств и концентрирует на этом все свои усилия по продвижению (таблица 6).

В данных спортивных комплексах также присутствуют танцы и йога, но сильно они не развиты. Основные преимущества и недостатки малых спортивных комплексов представлены в таблице 7. В основном это комплексы, расположенные далеко от центра города, где приемлемая стоимость аренды и нет бассейна.

Таблица 6

Основные услуги спорткомплексов «Гавань», «Молодежный» и «Оранжевый Лайф» г.Владивостока, 2015 г

Услуги	СК «Гавань»	СК «Молодежный»	СК «Оранжевый Лайф»
	-бассейн -тренажерный зал -сауна -танцевальный зал -солярий	- тренажерный зал - тяжелая атлетика - беговая дорожка на берегу озера Юность (Чан) - гребля - единоборства: айкидо, самбо-дзюдо джиу-джитсу, рукопашный бой, карате, киокусинкай, цыгун - Кундалини йога - Детский футбольный клуб "Лучики" - Студия танцев "Караван"	- силовые уроки - Iron system - Кардиоклассы - Смешанный формат - Сайкл

Таблица 7

Сводная оценка факторов, влияющих на качество услуг малых спорткомплексов г. Владивостока, 2015 г

	«Гавань»	«Молодежный»	«Оранжевый Лайф»
Тип студии	детские, взрослые	взрослые, детские	взрослые
Районы	Эгершельд	Столетие	Вторая речка - Заря
Парковка	платная/охраняемая	неохраняемая	неохраняемая
Типы абонементов	месячный, полугодовой, годовой	месячный	месячный
Стоимость	год - 28800, полгода - 8600, месяц - 1600, разовое - 220	разовое посещение - 300, месяц -3000	месяц - от 5000
Наличие душевых	есть	есть	есть (4 муж., 4 жен.).
Оплата	наличный расчет, безналичный расчет, Visa, MasterCard	наличный расчет	наличный расчет
Бассейн	есть	нет	нет
Дополнительные услуги			фитнес-бар, магазин спортивного питания

Анализ конкуренции на рынке спортивных услуг г. Владивостока показал, что самым престижным комплексом является «World Class», бренд находится очень долго на российском

рынке, предлагают новые прогрессивные услуги и программы. «World Class» это передовой и востребованный фитнес-клуб, но для многих потребителей спортивных услуг он является до-

рогостоящим. Поэтому на смену «World Class» приходит спортивный комплекс «Чемпион». Студенты являются главными потребителями и могут позволить себе услуги данного комплекса. В результате проведенного исследования становится очевидным, что наиболее известными спорткомплексами г. Владивостока являются:

- World Class;
- Мастер Джим;
- СК Чемпион;
- Олимпиец.

Представим сводную сравнительную характеристику выбранных конкурентов на рынке спортивных услуг г. Владивостока (таблица 8).

Таблица 8
Сводная сравнительная характеристика основных спортивных комплексов, работающих в одном сегменте г. Владивостока, 2015 г.

Критерии оценки	СК «Чемпион»	СК «World Class»	СК «Мастер Джим»	СК «Олимпиец»
Виды занятий	Детские, взрослые, женские	Детские, взрослые	Детские, взрослые	
Аэробика	+	+	+	+
Бассейн	+	+	+	+
Боевые искусства	+	+	+	+
Игровые виды спорта	+	+	-	+
Уроки танцев	+	+	+	+
Йога	+	+	+	-
Тренажерный зал	+	+	+	+
Дополнительные услуги				
- сауна	+	-	+	-
- салон красоты SPA	-	+	+	-
- спортивный врач	+	+	+	+
- детская комната	-	+	+	-
- персональный тренинг	+	+	+	-
Типы абонементов	Месячный, полугодовой, годовой	Месячный, полугодовой, годовой	Месячный, полугодовой, годовой	Месячный
Стоимость абонемента в месяц, руб.	1800-3600	4000-6000	3500-5000	1600-2400
Стоимость разового занятия, руб.	200-350	1500	от 1000	200-250
Фитнес-бар	+	+	+	-
Район месторасположения	Тихая, Гоголя, Заря	Центр	Гоголя	Центр
Парковка	Бесплатная, охраняемая	Бесплатная, охраняемая	Неохраняемая	Неохраняемая
Наличие душевых	+	+	+	+
Закрывающиеся шкафчики	+	+	+	+
Длительность заморозки абонемента, дней.	-	15-90	от 7 до 90	-
Тип оплаты	Наличный, безналичный расчет, Visa, MasterCard	Наличный, безналичный расчет, Visa, MasterCard	Наличный, безналичный расчет, Visa, MasterCard	Наличный расчет
Рассрочка, мес.	3	3	3	-
Магазин спортивного питания	-	+	+	-

Таким образом, в работе было выделено четыре основных спортивных комплекса г. Владивостока, осуществляющих конкурентную борьбу за потребителя на одном уровне предложе-

ния. Для определения сильных и слабых сторон СК «Чемпион» используем метод SWOT - анализа (таблица 9).

Таблица 9
SWOT - анализ СК «Чемпион», 2015 г.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Месторасположение 2. Разнообразие услуг 3. Устойчивые финансовые ресурсы 4. Современное оборудование 5. Программы тренировок, соответствующие мировым стандартам 6. Квалифицированный тренерский состав 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама 2. Структура управления 3. Достаточно высокие цены
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Популяризация здорового образа жизни 2. Открытие новых программ и дополнительных услуг 3. Востребованность предоставления услуг корпорациям и крупным фирмам 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменяющиеся запросы потребителей спортивно-оздоровительных услуг 2. Конкуренция 3. Низкие доходы потребителей 4. Низкая заинтересованность потребителей 5. Появление новых требований к сертификации тренерского состава

Проведя SWOT анализ спорткомплекса «Чемпион» можно выяснить, какие есть сильные и слабые стороны у предприятия, а также возможности для развития и источники угрозы для плодотворной работы комплекса. Необходимо сосредоточить внимание на слабых сторонах, такие как реклама, структура управления, ценовая политика, развивать свои возможности и

пытаться снизить вероятность угрозы, в конкретном случае нас интересует конкуренция и изменяющиеся запросы потребителей спортивно-оздоровительных услуг. Оценим основных конкурентов предприятия по показателям методом бальной оценки. В результате получены следующие данные (таблица 10).

Таблица 10
Бальная оценка конкурентов СК «Чемпион» на рынке спортивных услуг г. Владивостока, 2015 г.

Показатель	СК Чемпион	World Class	Мастер Джим	Олимпиец
	Общая характеристика			
Месторасположение	10	10	8	10
Цены	8	3	5	10

Площадь	10	10	6	7
Итого	28	23	19	27
Маркетинговая деятельность компании				
Наличие и качество сайта	5	10	10	0
Реклама	4	10	10	0
Итого	9	20	20	0
Услуги спортивного комплекса				
Количество программ	8	10	7	5
Дополнительные услуги	4	7	8	7
Состояние оборудования	6	8	8	6
Итого	18	25	23	18
Качество обслуживания (уровень обслуживания персоналом)				
Добржелательность	7	10	8	5
Решаемость проблем	7	10	10	5
Итого	14	20	18	10
ИТОГО	69	88	80	55

Таким образом, по результатам оценки конкурентов на данном этапе можно сделать вывод, что СК «Чемпион» проигрывает конкурентам, в первую очередь по маркетинговой деятельности (у конкурентов больше рекламы, лучше качество сайта), а также по качеству услуг и обслуживания. Далее проведена оценка конкурентоспособности СК «Чемпион» с использованием метода экспертной оценки. Применение экспертного метода для оценки конкурентоспособности организаций позволяет выявить сильные и слабые стороны и по результатам анализа наметить и осуществить мероприятия по укреп-

лению сильных сторон и ликвидации слабых мест. В оценке используются данные по трем конкурентам: World Class, Мастер Джим, Олимпиец. В качестве экспертов выступали представители СК «Чемпион» и их посетители, экспертная оценка проводилась в несколько этапов. В результате были получены следующие веса каждого из параметров (таблица 11). Показатель общий балл, рассчитывается как сумма оценок всеми экспертами по n-му показателю. Коэффициент относительной значимости является по сути удельным весом показателя в общей сумме оценок экспертов.

Таблица 11

Расчет коэффициента относительной значимости фактора для СК «Чемпион», 2015 г

Показатель	Сумма оценок экспертов				Общая сумма оценок	Коэффициент относительной значимости
	Олимпиец	World Class	Мастер Джим	Чемпион		
Качество работы персонала	8	40	47	33	128	0,1381
Пакет услуг	31	40	38	35	144	0,1553
Состояние спорткомплекса	37	27	24	32	120	0,1294
Техническое оснащение спорткомплекса	33	39	35	38	145	0,1564
Месторасположение	32	24	30	31	117	0,1262
Цена услуг	32	46	41	37	156	0,1683
Уровень маркетинговой деятельности	17	36	33	31	117	0,1262
Сумма	190	252	248	237	927	1

Результаты оценки показали, что на первом месте среди выделенных параметров цена услуг, на втором – техническое оснащение спорткомплекса, на третьем – пакет услуг, на четвертом – качество работы персонала, на пятом – состояние спорткомплекса, на шестом – уровень маркетинговой деятельности и месторасположение спорткомплекса. Далее был рассчитан комплексный показатель конкурентоспособности (формула 1):

$$K = \frac{S_i \times k}{q_n \times q_m}, \quad (1)$$

где K - коэффициент конкурентоспособности;

S_i - сумма оценок экспертов по i-ой компании;

k - коэффициент относительной значимости;

q_n - количество экспертов;

q_m - количество показателей.

Расчет коэффициентов представлен в таблице 12.

Таблица 12

Расчет коэффициентов конкурентоспособности спортивных комплексов г. Владивостока, 2015 г.

Показатель	Сумма оценок экспертов				Общая сумма оценок	Удельный вес, %	Коэффициент относительной значимости			
	Олимпиец	World Class	Мастер Джим	Чемпион			Олимпиец	World Class	Мастер Джим	Чемпион
Качество работы персонала	8	40	47	33	163	13,8	0,031	0,157	0,185	0,1299
Пакет услуг	31	40	38	30	178	15,0	0,133	0,172	0,163	0,1290
Состояние спорткомплекса	37	27	24	32	151	12,8	0,134	0,098	0,087	0,1167
Техническое оснащение спорткомплекса	33	39	35	38	185	15,6	0,147	0,174	0,156	0,1698
Месторасположение	32	24	30	31	155	13,1	0,119	0,089	0,112	0,1160
Цена услуг	32	46	41	37	189	16,0	0,146	0,210	0,187	0,1689
Уровень маркетинговой деятельности	17	36	33	31	162	13,7	0,066	0,140	0,129	0,1213
Сумма	190	252	248	232	1183	100,0	0,779	1,042	1,020	0,9516

В результате были получены следующие значения:

1- World Class - 1,0428; 2 -Мастер Джим - 1,0209; 3 - СК Чемпион - 0,9516; 4 - Олимпиец - 0,7795.

Как видно, наибольшей конкурентоспособностью обладает СК «World Class», а меньшей конкурентоспособностью – «Олимпиец». СК «Чемпион» имеет достаточно низкий коэффициент конкурентоспособности, что говорит о необходимости в его преобразованиях. Для оценки возможностей СК «Чемпион» по значениям ранее выбранных параметров построен многоугольник их конкурентоспособности на рынке спортивных учреждений (рисунок 2).

По результатам построенного многоугольника видно, что у спортивного комплекса

«Чемпион» наиболее слабые позиции по маркетинговой деятельности (практически отсутствуют программы продвижения), пакету услуг и качеству работы персонала. Для улучшения уровня конкурентоспособности спортивному комплексу «Чемпион» необходимо спланировать стратегию развития компании в области развития персонала и формирования грамотной программы продвижения, а также обновления оборудования. Услуги, предлагаемые фитнес-клубами, соответствуют высоким стандартам фитнес-индустрии, программы постоянно обогащаются инновационными технологиями и разработками. Лидером рынка в данной сфере является фитнес-клуб World Class.

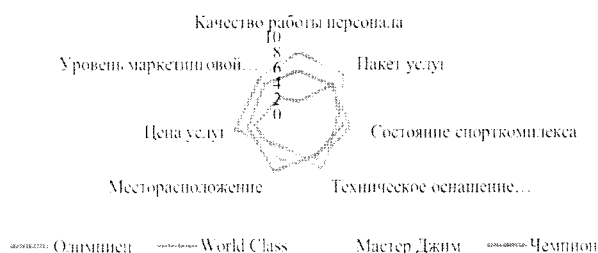


Рис. 2 Многоугольник достижения конкурентоспособности спортивных учреждений на рынке спортивных услуг г. Владивостока, 2015 г.

Таким образом, в условиях снижения активности продаж услуг можно направить деятельность СК «Чемпион» на разработку новых видов программ продвижения. Будут использованы следующие методы стимулирования и продвижения услуг СК «Чемпион»:

- представить информацию о клубе во всех спортивных буклетах, где перечисляется перечень спортивных услуг в городе;
- бегущая строка на местных телевизионных каналах г. Владивостока;
- рассылка информационных писем о предоставляемой услуге директорам фирм, предприятий с перечислением фирм уже пользующихся данной услугой (создать уровень корпоративной политики спорта);
- бонусные скидки для постоянных клиентов.

Методы продвижения на рынок. В условиях современного рынка, для которого характерно ужесточение конкуренции, любое предприятие рано или поздно сталкивается с проблемой выбора наиболее эффективных систем продвижения своей продукции или услуг. Данному вопросу в рамках следования уделяется значительное внимание, так как от успешной реализации услуг зависит стабильная деятельность СК в целом. Поскольку СК «Чемпион» является структурным подразделением крупнейшего вуза Приморского края, то его программы продвижения автоматически привязаны к продвижению услуг вуза, работающего как на национальном так и международных рынках (студенты вуза, являются основными потребителями услуг СК).

В конечном итоге, оптимально сформированные системы продвижения повышают конкурентную устойчивость предприятия в целом, способствуют привлечению новых потребителей и расширению его влияния на рынке [3]. Планирование комплекса мероприятий включает следующий алгоритм действий:

1) Разработка и проведение новой рекламной кампании, направленной на привлечение новых клиентов в СК:

- размещение рекламных растяжек;
- изготовление и размещение рекламы по микрорайонам;
- размещение рекламы в кинотеатрах;
- заказ и размещение рекламы по радио.

2) Стимулирование спроса на основе проведения акций с помощью www.biglion.ru.

Компания Biglion — лидер российского рынка по продаже скидочных купонов. Пользователи сервиса Biglion не ищут идеальной цены, они ищут что-то новое. При этом средний покупатель потратит на 60% больше в компании-заказчика, чем стоимость купона. Поэтому сотрудничество с такой компанией очень выгодно для СК «Чемпион».

3) Проведение акций с использованием «персональной продажи» с участием тренеров фитнес-центра, которые будут адаптированы под конкретную проблему в деятельности СК «Чемпион». Данная акция предназначена для того, чтобы понять, как типовые формы продвижения услуги могут меняться в зависимости от уровня рыночного развития и особенностей рынка.

В результате исследования можно сделать вывод, что рынок предлагает жителям г. Владивостока разносторонние услуги спортивного характера. Выбор спортивных программ достаточно широкий, имеются возможности как групповых занятий, так и индивидуальных и в том числе VIP-программ (World Class). Ценовой диапазон также различен: одни предлагают стоимость абонеента от 1800 руб. (Олимпиец), другие до 6000 руб. (World Class). СК «Чемпион» занимает на рынке г. Владивостока достойное лидирующее место. Он имеет огромные площади и 3 филиала в разных районах города, что является его несомненным преимуществом. Также стоимость оказываемых услуг по сравнению с некоторыми спортивными комплексами является достаточно приемлемой, хотя некоторые потребители и считают ее высокой. Однако анализ показал, что СК «Чемпион» проигрывает главным конкурентам по таким позициям как маркетинговая деятельность, качество обслуживания и продвижения своих услуг. Недостаток маркетинговой деятельности заключается в слабой рекламной деятельности и отсутствии эффективных программ продвижения, как, к примеру, у основных конкурентов, а также в неграмотно построенном сайте, что в целом, может вызывать сложности в поиске информации о спортивном комплексе. Все эти факторы определяют уровень конкурентоспособности спортивного комплекса, а также позволяют разработать систему мер по ее повышению, как в краткосрочном периоде так и в рамках стратегического планирования.

Библиографический список:

1. Виничук О.Ю., Трушина А.С. Этапы разработки стратегии концентрированного роста спорткомплекса на рынке спортивных услуг г. Владивостока / *Фундаментальные проблемы науки: сборник статей международной научно-практической конференции.* – Уфа: АЭТЕРНА, 2015. – С.108-113
2. Kmet, E., Yurchenko N., Batskalyova E. Integrated efficiency assessment model of university promotion. Kmet, E., N. Yurchenko and E. Batskalyova. 2013. Integrated efficiency assessment model of university promotion. *World Applied Sciences Journal*, Volume 27, Number 11, pp: 1466-1472
3. Царева В.Д., Кметь, Е.Б., Юрченко Н.А. Проблемы продвижения образовательных услуг на рынок АТР и пути совершенствования международной коммуникативной деятельности российских вузов (на примере Дальнего Востока): *Монография.* – Владивосток: Дальнаука, 2009. – 272 с.; 49-114; С.154-191.