

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОКУПАТЕЛЯ И ПРОДАВЦА ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

© 2016 Песоцкая Елена Владимировна

доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления в сфере услуг

© 2016 Бородунова Мария Владимировна

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

E-mail: natalia.fomina@mail.ru

Рассматриваются физкультурно-оздоровительные услуги с точки зрения различных методов разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца, такие как диаграммное проектирование, точки соприкосновения, потребительский сценарий, реинжиниринг.

Ключевые слова: спорт, здоровье, физкультурно-оздоровительные услуги, точки соприкосновения, реинжиниринг, рынок услуг.

Мероприятия по формированию физкультурно-оздоровительной услуги (ФОУ) имеют в своей основе определенную технологию проектирования, позволяющую наиболее эффективно достигать коммерческий результат.

Характерные особенности услуг такого рода необходимо учитывать в процессе проектирования данных услуг, нивелируя угрозы и встраиваясь в рынок, при этом ключевое значение в организации физкультурно-оздоровительной деятельности имеет репутация, которая позволяет привлекать новых клиентов в условиях высокого уровня субъективизма при восприятии услуги.

Так, в ходе внедрения физкультурно-оздоровительной услуги возможно применение различных методов разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца. Н.Н. Муравьева относит к таким методам следующие¹:

- диаграммное проектирование;
- точки соприкосновения;
- потребительский сценарий;
- реинжиниринг.

Представленные методы могут применяться и в рамках внедрения ФОУ, позволяя сделать процесс предоставления услуг максимально видимым для анализа.

1. Метод диаграммного программирования физкультурно-оздоровительных услуг

В рамках предоставления ФОУ получение потребителем требуемых выгод происходит, главным образом, в процессе двустороннего контак-

та покупателя и продавца. Учитывая эту специфику услуги, можно сказать, что самый простой способ анализа потребительской корзины представляет собой создание диаграммы взаимодействия покупателя и продавца, будь то фитнес-центр, спортивная школа, спортивный клуб или субъект другой организационной формы.

В ходе применения метода диаграммного программирования ФОУ осуществляется визуализация услуги, реализуемая в форме диаграммы. Такая диаграмма иллюстрирует видимую и невидимую часть услуги. Видимая часть представляет собой те элементы производственного процесса, которые непосредственно связаны с клиентом, т.е. с человеком, который занимается физкультурой. В свою очередь, невидимая часть включает в себя элементы, непосредственно не связанные с конечным потребителем, но обеспечивающие успешное функционирование видимой части. Пример диаграммы физкультурно-оздоровительной деятельности в рамках рассматриваемого метода представлен на рисунке.

На рисунке рассмотрена упрощенная структура функционирования фитнес-центра как одного из типичных примеров физкультурно-оздоровительной организации. Наблюдается зона видимости, в рамках которой клиент осуществляет заказ услуги, а также непосредственно ее получает, и зона невидимости, в рамках которой подразделения компании, обычно скрытые от клиента, обеспечивают процесс предоставления услуги.

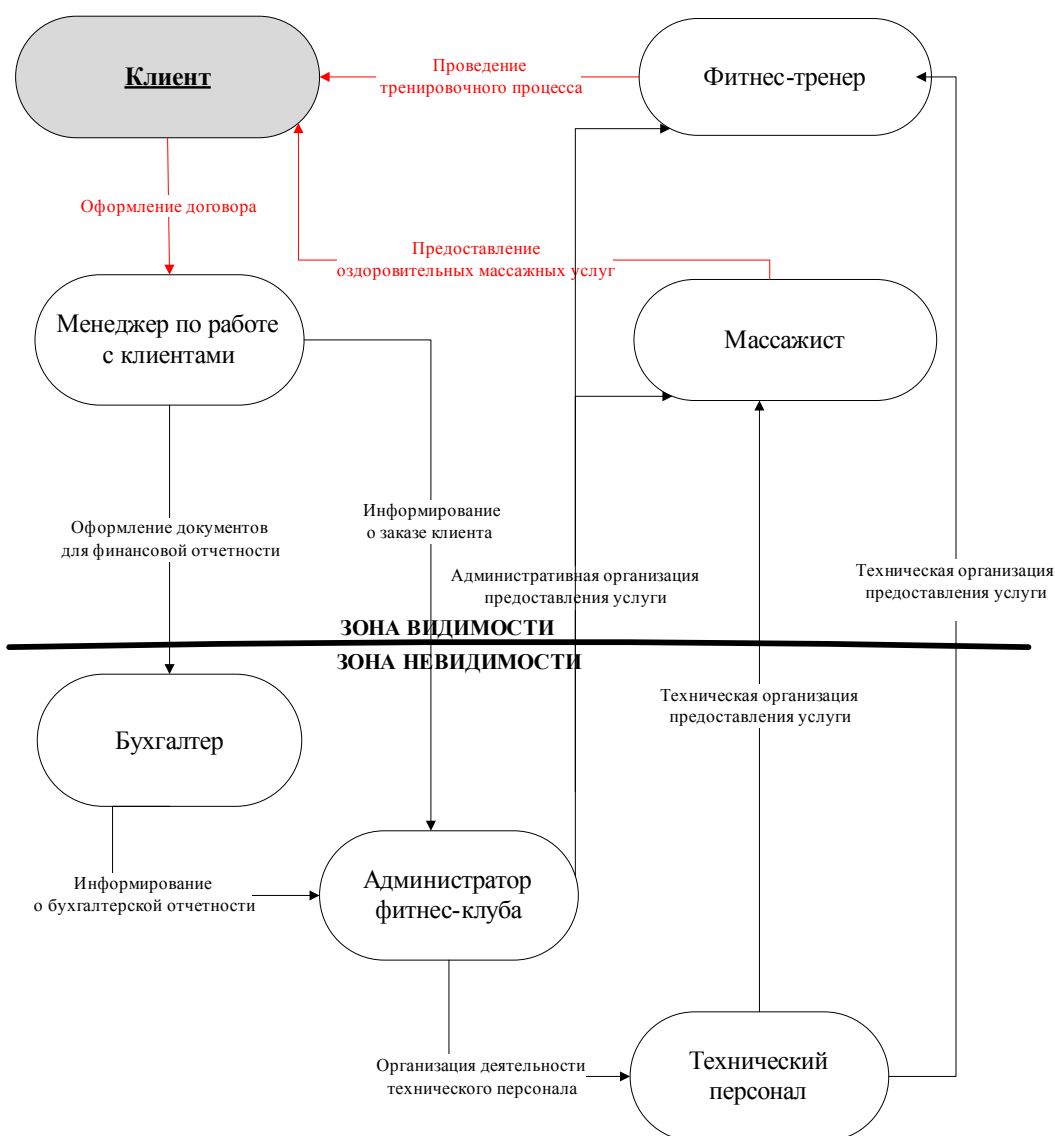


Рис. Упрощенная диаграмма процесса предоставления услуги фитнес-центра

2. Метод точек соприкосновения ФОУ

Как уже отмечалось, процесс предоставления физкультурно-оздоровительной услуги может быть разбит на этапы, при этом признаки выделения данных этапов могут быть принципиально различны. Нами был рассмотрен физкультурно-оздоровительный цикл, где этапы выделялись на основе стадий продвижения товара на рынке. Длительность физкультурно-оздоровительного цикла значительна, она составляет, как минимум, несколько лет.

В рамках метода точек соприкосновения ФОУ выделяются другие этапы, нежели в физкультурно-оздоровительном цикле. Этапы в рассматриваемом методе выявляются, основываясь на тех моментах, когда потребитель контактирует с персоналом фирмы.

Каждый из таких моментов поддается контролю, при этом момент контакта (точка соприкосновения) становится фактором, способствующим успешному продвижению услуги на рынке. Такой подход позволяет управлять конкурентоспособностью услуги, в оперативном режиме корректируя позиционирование фирмы.

Вариант применения метода точек соприкосновения физкультурно-оздоровительной услуги представлен в таблице.

После анализа точек соприкосновения руководитель может давать четкие распоряжения персоналу для каждого из этапов, расширить или сузить спектр точек соприкосновения. С помощью метода точек соприкосновения ФОУ можно смоделировать качество процесса обслуживания клиентов, при этом для каждой из точек

Точки соприкосновения физкультурно-оздоровительных услуг в рамках работы фитнес-центра

Описание точек соприкосновения	Контактный персонал	Требования к качеству обслуживания	Действия в рамках стратегии продвижения
Вход в здание фитнес-центра	Сотрудник службы правопорядка	Профессионализм, средства охраны, униформа, вежливость	Провести тренинг с работниками охраны, обеспечить специальными средствами и униформой
Приобретение услуги	Менеджер по работе с клиентами	Вежливость, коммуникабельность, скорость и точность работы	Обеспечить быстроту оформления заказа, ежедневный мониторинг оплаты по договорам
Спортивные занятия в тренажерном зале	Фитнес-тренер	Профессиональные навыки, наличие профильного образования, вежливость, гибкий подход к клиенту, униформа	Достичь баланс между удовлетворением запроса клиентов и достижением оптимальных спортивных результатов, добиться гибкости и многовариантности в удовлетворении запросов клиентов
Плавание в бассейне	Спасатель	Профессиональные навыки, наблюдательность, стрессоустойчивость	Обеспечить непрерывное наблюдение за бассейном и готовность немедленно оказать первую помощь
Оздоровительные процедуры	Массажист	Профессиональные навыки, наличие профильного образования, вежливость, униформа	Достижение прозрачности процедур для клиента с целью максимального контроля со стороны клиентов за ходом процесса, непрерывный контроль за результатом каждой конкретной процедуры и их перманентная корректировка
Выход из здания фитнес-центра	Сотрудник службы правопорядка	Профессионализм, средства охраны, униформа, вежливость	Провести тренинг с работниками охраны, обеспечить специальными средствами и униформой

соприкосновения разрабатывается свой набор приоритетных критериев качества обслуживания, присущих данной организации.

3. Метод потребительского сценария ФООУ

Суть метода заключается в том, что специалисты бизнес-субъекта, занимающегося оказанием услуги, предоставляют клиенту возможность самостоятельно проектировать этапы предоставления услуги и задачи процесса обслуживания.

Данный метод применим, когда клиент имеет представление о тех физических упражнениях, которые он желает делать, а также о других оздоровительных услугах, необходимых для него. Физкультурно-оздоровительная деятельность отличается доступностью для понимания широкими слоями населения спектра предоставляемых

услуг (упражнений и процедур), поэтому потребители во многих случаях способны самостоятельно выбирать и корректировать как форму занятий, так и их режим.

В рамках метода потребительского сценария клиент самостоятельно формирует режим потребления физкультурно-оздоровительной услуги, при этом персонал компании оказывает консультирующую роль, оценивая соответствие составленного клиентом сценария поставленным им задачам.

Среди недостатков метода следует отметить тот факт, что клиент воспринимает лишь видимую часть процесса обслуживания. Игнорирование им невидимой части может создать определенные сложности в деятельности компании, особенно в тех случаях, когда клиент не обладает должными компетенциями в сфере физкультуры, здоровья и спорта.

4. Метод реинжиниринга ФОУ

Метод заключается в анализе и оптимизации имеющейся практики предоставления физкультурно-оздоровительных услуг для повышения эффективности работы бизнес-субъекта путем реинжиниринга.

В основе данного метода лежит рассмотрение фирмы как механического организма, в рамках которого не должно быть лишних элементов, нескоординированных, а следовательно, приносящих лишние издержки.

Метод реинжиниринга физкультурно-оздоровительных услуг состоит из нескольких последовательных шагов:

1) фиксация процесса предоставления услуги, которая осуществляется путем создания диаграммы процесса обслуживания, на которой отражены функции каждого подразделения;

2) осуществление анализа бизнес-процессов с целью выявления дублирования задач, потерянному времени, нестыковок и т.д.;

3) радикальное перепроектирование бизнес-процессов, исходя из российской и зарубежной практики осуществления реинжиниринга, основоположниками которого являются М. Хаммер и Д. Чампи.

Среди достоинства метода реинжиниринга физкультурно-оздоровительных услуг следует отметить его комплексный подход, т.е. охват всего предприятия как единого организма, а не только тех подразделений компании, которые непосредственно контактируют с клиентом.

¹ *Муравьева Н.Н.* Маркетинг услуг : учеб. пособие. Ростов-на-Дону, 2009. С. 85.

Поступила в редакцию 06.11.2016 г.