Роль стандартов в обеспечении конкурентоспособности продуцентов физкультурно-спортивных услуг

Каширская О.А., аспирант, Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

Аннотация. Представленная статья посвящена вопросам обеспечения конкурентоспособности предприятий физкультурно-спортивных услуг на основе применения стандартов обслуживания. Выделены существующие тенденции в обеспечении конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг, в том числе внедрение стандартов. Рассмотрены стандарты обслуживания, применяемые в сфере физкультурно-спортивных услуг, выделены ключевые виды и требования к данным стандартам. Представлена модель влияния стандартов на конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, физкультурно-спортивные услуги, конкурентоспособность, конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг, стандарты.

The role of standards in ensuring the competitiveness of producers athletic and sports services

Kashirskaya O.A., postgraduate, Samara State University of Economics, Samara, Russia

Annotation. The presented article is devoted to the issues of ensuring the competitiveness of athletic and sports services enterprises based on the application standards of services. The existing trends in ensuring the competitiveness of athletic and sports services including the implementation of standards are highlighted. Standards of services used in the field of athletic and sports services are considered,

key types and requirements for these standards are highlighted. A model of impact of standards on the competitiveness of athletic and sports services is presented.

Keywords: service industry, athletic and sports services, competitiveness, competitiveness of athletic and sports services, standards.

Введение

Рынок физкультурно-спортивных услуг в последние годы показывает значительный рост. В частности, по данным анализа, подготовленного BusinesStat в 2019 году, стоимостный объем рынка фитнес-услуг в России за период 2014-2018гг. увеличился почти в 2 раза: с 31,5 миллиарда рублей до 61,3 миллиарда рублей[1]. По оценкам экспертов в 2023 году российский рынок фитнес-услуг в стоимостном выражении составит 113,1 миллиардов рублей, что в 1,8 раза превысит уровень 2018 года. Численность потребителей фитнес-услуг за период 2014-2018гг. в стране выросла в 1,5 раза: с 3,6 миллионов человек до 5,4 миллионов. С одной стороны, рост числа клиентов фитнес-центров происходил за счет расширения федеральных сетей и появления большого количества объектов в крупных городах, а также в городах с численностью от 125 тысяч человек. С другой стороны, в последние годы отмечалось увеличение числа фитнес-клубов экономичного формата, что также способствовало повышению доступности услуг для населения.

По данным официального сайта Министерства спорта, к 2024 году 55% всего населения России будут систематически заниматься спортом (рис 1) [2].

[1] https://marketing.rbc.ru/research/42525/
[2] https://www.minsport.gov.ru/2019/doc/Plan2019_2024.pdf

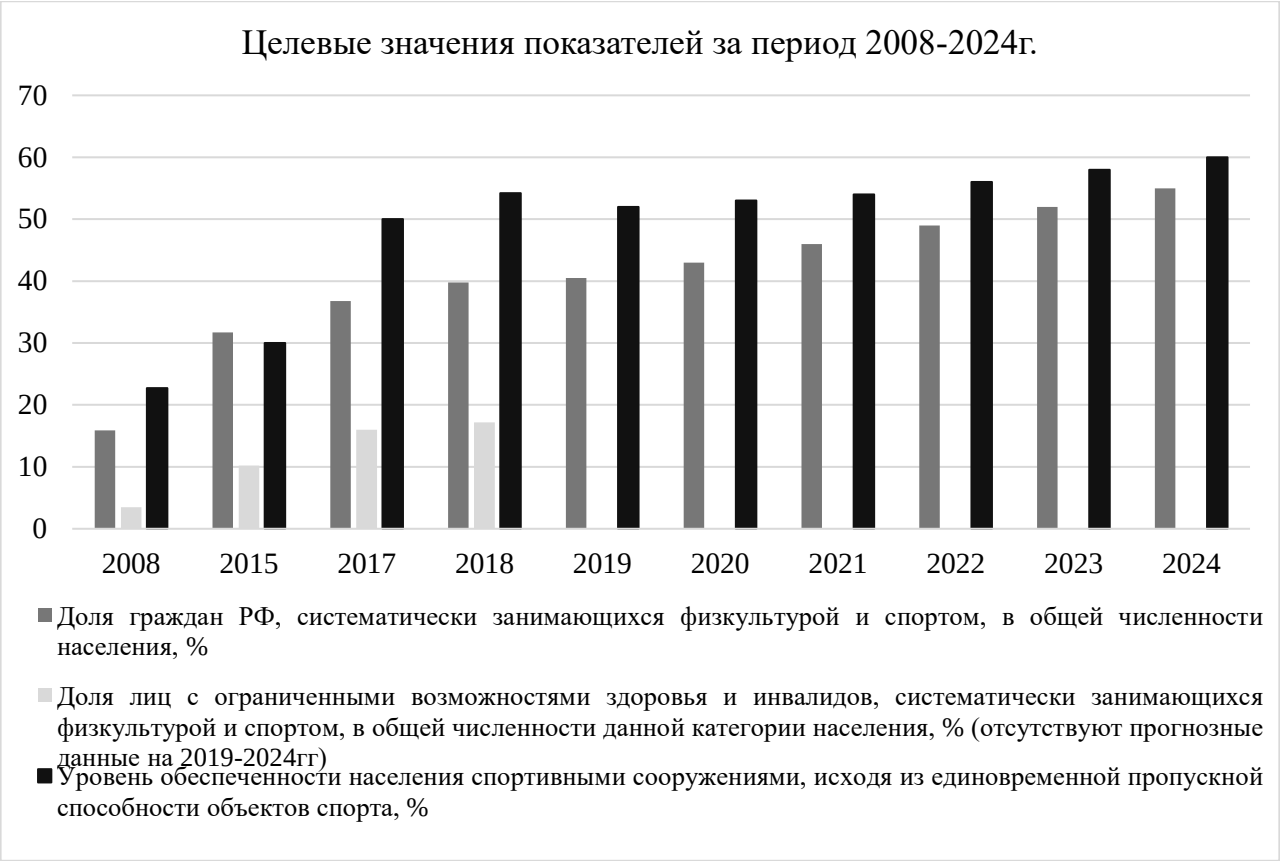

Рис. 1 – Целевые значения показателей за 2008-2024гг.

Современная экономическая ситуация и основные тенденции в обеспечении конкурентоспособности организаций в сфере физической культуры и спорта показывают, что от того, насколько эффективно задействованы все ресурсы физкультурно-спортивной организации в существующих бизнес-процессах, изучен рынок физкультурно-спортивных услуг, организовано управление взаимодействием с потребителями зависит функционирование организации, главным приоритетом в деятельности которой является привлечение, удержание и ориентир на последующее возвращение клиента, что достигается при помощи качественного обслуживания, в том числе с использованием стандартов.

Весь спектр физкультурно-спортивных организаций относится к сервисно-ориентированным. Регламентация деятельности данных субъектов экономических отношений основывается на комплексе стандартов. Принято выделять следующие виды стандартов: технические, технологические, стандарты взаимодействия с потребителями. К последним относятся стандарты

обслуживания клиентов, которые являются как правило собственной разработкой сервисной организации и позволяют предложить для потребителей услуги высокого качества. Таким образом, стандарты обслуживания могут быть рассмотрены в качестве одного из ключевых факторов в обеспечении конкурентоспособности организации сервиса.

Результаты исследования

Процесс предоставления физкультурно-спортивных услуг потребителю напрямую связан с обслуживанием. К системе организации обслуживания относятся такие элементы, как повышение культуры обслуживания, установление удобного режима работы организации, развитие рекламной активности, художественно-эстетическое оформление организации. Высокий уровень обслуживания клиентов и положительный имидж физкультурно-спортивной организации на потребительском рынке повышает конкурентоспособность организации за счет неосязаемых активов. Таким образом, мы можем сделать вывод, что развитие системы обслуживания является одним из основных факторов обеспечения конкурентоспособности физкультурно-спортивных организаций.

Как правило сервисные компании начинают выстраивать процесс взаимодействия с потребителями на основе профессиональных, доброжелательных, вежливых отношений с учетом предпочтений клиентов и удовлетворения их ожиданий. Для того чтобы в организации этот процесс не был стихийным и из традиционной устной формы трансформировался в фиксированные обязанности сотрудников, в компаниях разрабатывают стандарты, которые призваны обеспечить как можно более высокое качество обслуживания потребителей.

Основная цель стандартов – обеспечить организации стратегическое конкурентное преимущество, которое трудно скопировать и воспроизвести в других организациях. Предоставление услуг высокого уровня обслуживания определяет конкурентоспособность услуг на современном рынке физкультурно-спортивных услуг.

Стандарты - это стратегические инструменты, руководства, помогающие организациям обеспечить как можно более высокую эффективность бизнес — операций, повышают производительность и помогают организациям получить доступ на новые рынки. Стандарты лежат в основе технологий, от которых зависит качество услуг.

Выделяют следующие виды стандартов в организациях:

технологические стандарты – связаны с регламентацией выполнения производственных процессов сотрудниками, стандарты для должностей,

общие стандарты обслуживая: видимые для клиентов – технические стандарты; стандарты взаимодействия с клиентами; невидимые для клиентов – процедуры, скрытые от посетителей (подготовка помещений к эксплуатации, уборка); формирование документов и отчетных форм.

Обозначим основные типы документов, которые обеспечивают стандартизацию процесса обслуживания потребителей и должны использоваться при формировании стандартов организации (табл. 1).

Таблица 1

Документы, регламентирующие стандартизацию процесса обслуживания потребителей

Документ и его цель	Примеры
Миссия организации состоит в формировании смысла функционирования организации в обществе и ее главных ценностей	Миссия World Class состоит в достижении лидерства в мировой фитнес-индустрии благодаря новым решениям, профессионализму сотрудников компании, качественному сервису
В Кодексе корпоративного поведения описывается рекомендуемое поведение сотрудников в различных сферах взаимодействия в организации (например, с клиентами, руководителями, коллегами)	В компании World Class применяется кодекс корпоративного поведения, в котором указано, что профессиональный опыт, навыки, индивидуальный подход составляют три главных составляющих успеха. Задача компании заключается в том, чтобы предоставить все условия для занятий физкультурой и спортом, приносящими пользу и удовольствие

Продолжение таблицы 1

Правила внутреннего трудового распорядка организации устанавливают дисциплинарные процедуры	В физкультурно-спортивной организации Luxury Fitness сотрудники в рабочее время ходят с бейджами
Должностные инструкции описывают полномочия и зону ответственности сотрудников, права и обязанности, которых необходимо придерживаться при выполнении работы	В универсальном комплексе Ипподром Арена сотруднику следует сохранять постоянный контакт с клиентом в процессе его обслуживания, не отвлекаясь на посторонние разговоры за исключением приветствия новых посетителей
Стандарты работы персонала регламентируют что и каким образом следует делать сотрудникам для выполнения должностных обязанностей	В универсальном комплексе Ипподром Арена администратор должен проинформировать посетителя о расписании занятий, об условиях приобретения карт, о территории спортивного комплекса и др.
В технологических стандартах прописываются требования к знанию технических характеристик инвентаря, оборудования, инструментов, критериев состояния спортивных зон, документации и др.	В физкультурно-спортивной организации Luxury Fitness дежурный тренер сориентирует посетителя, как работать на каждом тренажере, в том числе с учетом физической подготовки клиента и особенностей здоровья
Стандарты обслуживания клиентов описываю порядок и правила непосредственного взаимодействия с клиентами	В плавательном бассейне Нептун в том случае, если администратор не занят обслуживанием посетителя, он должен поприветствовать гостя, входящего в фойе, а у уходящего посетителя узнать, как прошла тренировка

Каждая компания самостоятельно организовывает процесс взаимодействия с потребителями, совершенствует процесс их обслуживания, обеспечивает удовлетворение потребностей, которые важны и необходимы конкретной целевой аудитории и добавляют ценности услуге в глазах потребителей. Физкультурно-спортивным организациям в лице их сотрудников необходимо исследовать клиентов, всесторонне изучая их потребности и выявляя ожидания, в том числе об организации процесса обслуживания и общения с персоналом. Важную роль здесь играют такие методы изучения ожиданий потребителей, как опросы, интервью, анкетирование. На основе проведенных исследований и внутренней аналитики в организации

разрабатывается система управления качеством обслуживания, в которой особое место отводится стандартам обслуживания.

Идеей для составления стандарта служит вопрос «Как это сделать лучшим способом?». При формировании стандартов можно выделить следующие требования к их созданию: стандарты необходимо задокументировать; они должны быть ориентированными как на потребителей услуг, так и на сотрудников организации, т.е. быть конкретными, четкими, относительно вариативными, актуальными и учитывать потребности клиентов, а также должны быть доступными и выполнимыми для сотрудников организации.

Разработка стандартов обслуживания – это важный этап становления организации. Стандарты отражают уровень развития организации и помогают избегать типичных ошибок со стороны обслуживающего персонала, которые приводят к потере клиентов в связи с тем, что их ожидания не оправдываются.

Схематично процесс разработки и внедрения стандартов обслуживания в физкультурно-спортивной организации представлен на рисунке 2.

Рис. 2 – Алгоритм разработки стандартов обслуживания в физкультурно-спортивной организации

На наш взгляд процесс разработки стандарта обслуживания начинается с оценки менеджерами текущего уровня обслуживания в организации – менеджеры определяют слабые стороны в деятельности физкультурно-спортивной организации в отсутствии стандартов или их устаревшем содержании, либо негибкой системе обслуживания.

На этапе исследования и анализа текущего уровня обслуживания с помощью интервью, анкетирования, опросов клиентов (по телефону, Интернету, на выходе) клиентов опрашивают на предмет того, какого сервиса они ожидают в данной организации, что является их основными, базовыми ожиданиями. Это один из главных этапов, поскольку определяет ответы на

вопросы - как сотрудники общаются с клиентами, какие приемы используют в продажах, что мешает клиенту в конечном результате заключить договор. На основе полученных ответов организовывается последующая разработка эффективных, действенных стандартов обслуживания.

На этапе анализа услуг, клиентов организации, конкурентов на рынке формируются фокус-группы из ответственных сотрудников и обсуждаются с руководителями идеи по обслуживанию.

Идеи преобразовываются в стандарты, появляется понимание, что это уникальное конкурентное преимущество организации на этапе анализа и определения выгод для создания стандартов, идей по обслуживанию.

На следующем этапе происходит формирование рабочей группы и составление плана разработки стандарта с указанием задач, целей, сроков, ответственных лиц за каждый из этапов, возможно привлечение сторонних экспертов.

Разработка проекта стандарта обслуживания – формирование документа, ориентированного на потребности посетителей, повышение заинтересованности сотрудников в результатах, вовлечение персонала в процесс разработки, обсуждение с собственниками и руководителями организации, какой, по их мнению, должны видеть организацию клиенты. Стандарты должны отличаться своей уникальностью и способствовать удовлетворению ожиданий целевой аудитории организации.

Совместное публичное обсуждение проекта стандарта с сотрудниками, руководителями на практике эффективно исключает протест, сопротивление принятия нововведений при последующем выполнении стандартов.

Далее следует доработка проекта стандарта, внесение уточнений в документ, промежуточный аудит стандарта обслуживания – в режиме реального времени с привлечением тайных покупателей, окончательная доработка и документальное оформление стандарта.

При публичном анонсировании стандарта обслуживания повышается доверие и лояльность к документу со стороны всех сотрудников организации.

Утверждение стандарта обслуживания – подписание окончательной версии стандарта менеджерами всех служб организации, утверждение руководителем.

Внедрение стандарта обслуживания – непосредственно обучение сотрудников новым правилам работы и распространение стандарта на всех уровнях взаимодействия с клиентом. Данный этап включает презентацию стандарта, знакомство с содержанием, обучение новым стандартам.

Финальный аудит стандарта обслуживания происходит в текущем режиме с посетителями и клиентами организации, таким образом сотрудники проходят проверку знания стандартов.

Мониторинг выполнения стандартов – это системный контроль выполнения стандартов и процесса обслуживания в организации со стороны клиентов и менеджеров.

Специалисты определяют, что через 3-6 месяцев можно измерить результаты внедрения стандартов. К показателям эффективности относится: рост количества продаж и среднего чека, увеличение числа удовлетворенных и лояльных клиентов, уменьшение количества рекламаций и возвратов. Раз в 2-3 года рекомендуют проводить анализ стандартов обслуживания и актуализировать их. Меняется рынок, меняются ожидания клиентов, и физкультурно-спортивным организациям необходимо это учитывать.

Укрупненно представленный порядок действий можно объединить в несколько этапов:

1. Описание алгоритма обслуживания клиента;
2. Определение действий для выполнения сотрудниками организации;
3. Определение способа выполнения действий персонала;
4. Оценка внедрения стандартов путем анализирования полученных результатов.

На рисунке 3 представлена модель влияния стандартов обслуживания на конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг и соответственно физкультурно-спортивной организации.

Рис. 3 – Модель влияния стандартов обслуживания на конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг

Целенаправленное внедрение стандартов обслуживания помогает компаниям соответствовать ожиданиям потребителей и дает ряд преимуществ для клиента, для организации, для персонала, и таким образом напрямую влияет на повышение конкурентоспособности физкультурно-спортивной организации.

Стандарты позволяют оптимизировать операции и, тем самым уменьшают расходы. Например, руководители организаций и менеджеры от 50 до 90% рабочего времени тратят на коммуникации внутри организации, данный процесс из функционирования предприятия исключать нельзя, но при помощи стандартов можно обозначить ключевые моменты для сотрудников, чтобы не уточнять их каждый раз у менеджера, что позволит высвободить дополнительное время для руководителя и направить на принятие

управленческих решений. Также бизнес получает такие выгоды, как повышение узнаваемости бренда, эффективное и перспективное сотрудничество с клиентами при помощи цепочки «интерес-доверие-продажи». Сокращается срок и расходы на обучение нового персонала; четко регламентируется схема взаимодействия между отделами, что минимизирует конфликты. В целом стандарты определяют ответственность бизнеса, что не может остаться без внимания со стороны потребителей и не сказаться на повышении конкурентоспособности физкультурно-спортивной организации.

Потребители в свою очередь получают ряд преимуществ: лучший уровень обслуживания, улучшение качества обслуживания клиентов, повышение удовлетворенности потребителей, уровня потребительского доверия, означающего надежность и безопасность услуг, и как следствие увеличение продаж.

Стандарт обслуживания клиентов задает идеал работы для сотрудников. Он создает мотивацию для развития сотрудников организации. Это способствует профессиональному росту персонала и вовлеченности в бизнес-процессы организации. Сотрудники понимают, как оценивается их работа; стандарты дают самый четкий способ выполнения обязанностей; минимизируется вероятность стресса на рабочем месте: стандарты регламентируют поведение в конфликтных ситуациях, подсказывают, как вести себя с проблемными клиентами; сотрудники становятся взаимозаменяемыми; стандартизированный сервис позволяет новым сотрудникам быстро адаптироваться к условиям работы, опытные сотрудники убеждаются в эффективности системы мотивации и осознанно работают на результат, поскольку понимают выгоды от использования стандартов обслуживания клиентов.

Таким образом основными задачами стандартов обслуживания для сотрудников физкультурно-спортивных организаций являются:

1. Унифицировать действия персонала на различных участках взаимодействия с клиентом. Особую актуальность это приобретает для сетевых

физкультурно-спортивных организаций, стремящихся достичь узнаваемости бренда за счет единого подхода к порядку предоставления услуг и качеству обслуживания клиентов;

2. Сделать рабочие инструкции максимально понятными для сотрудников с указанием вариантов решения вопросов и способов решения;

3. Создать основания для прозрачной и объективной оценки работы сотрудников.

Заключение

Применение стандартов в деятельности физкультурно-спортивной организации способствуют повышению производительности и прибыли вне зависимости от размеров бизнеса. Т.е. это стратегические инструменты, руководства для любых масштабов бизнеса, способствующие снижению издержек на протяжении всего производственного процесса, удовлетворению потребностей клиентов, открытию новых рынков, повышению конкурентоспособности организации на рынке. В современном мире мнение покупателя является наиболее значимым, и внедрение стандартов является важным бизнес-требованием для успешного и стабильного функционирования физкультурно-спортивной организации.

Конкурентоспособными на рынке физкультурно-спортивных услуг становятся те организации, которые применяют индивидуальный подход к обслуживанию покупателей, поскольку по степени взаимодействия с потребителем услуг физкультурно-спортивные организации относятся к категории предприятий, где 90% от взаимодействия двух сторон – это участие потребителя в процессе производства и предоставления услуг, контакт с потребителем. У каждого участника рыночных взаимоотношений есть свой ответ относительно стабильно высокого качественного обслуживания клиента. Для объединения всех точек зрения необходимы стандарты обслуживания в организации, положительный эффект от применения которых будет как для клиентов, так и для физкультурно-спортивной организации вне зависимости от размеров бизнеса. В современном мире внедрение стандартов является важным

бизнес-требованием для успешного и стабильного функционирования физкультурно-спортивной организации и обеспечения ее конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Ингильери Л., Соломон М. Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности / Пер.с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 224 с.

2. Каширская О.А., Чернова Д.В. Персонал как необходимый фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий / О.А. Каширская, Д.В. Чернова // Наука XXI века: актуальные направления развития: ст. науч. ст V Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 17 апр. 2017 г. / Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2017. – Вып. 1, ч. 2 – с. 113-115.

3. Каширская О.А., Алексушин Г.В. Стандарты обслуживания как один из элементов сервисной стратегии на предприятии сферы услуг / О.А. Каширская, Г.В. Алексушин // Образование и наука в XXI веке Том 1 - София: Изд-во Современный научный вестник Уральский научный вестник, 2016. – с. 42-45.

4. Каширская О.А. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг / О.А. Каширская // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 16-й Междунар. науч.-практ. конф., 16-17 нояб. 2017 г.: в 3 ч. Ч. 1. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2017. – С. 174-175.

5. Каширская О.А., Чернова Д.В. Современные тенденции в обеспечении конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг // Российский экономический интернет-журнал [Электронный ресурс] / ОАО «ИТКОР». — Электрон. журн. — М.: ИТКОР, 2019. — 3. — Режим доступа: http://www.e-rej.ru/Articles/2019/Kashirskaya.pdf, свободный — Загл. с экрана.

6. Разработка и внедрение стандартов обслуживания покупателей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/service_standarts.htm.

7. Стандарты ИСО. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iso-management.com/standarty-iso/.

8. Шоул Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул; Пер. с англ. – 7-е изд., доп.и перераб. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 347 с.

9. https://www.minsport.gov.ru/.

10. https://www.worldclass.ru/.

References

1. Ingilleri L., Solomon M. Outstanding service, excellent profit. The principles of achieving true customer focus / Transl. From English.- M .: Mann, Ivanov and Ferber, 2012. – 224 p.

2. Kashirskaya O.A., Chernova D.V. Personnel as a necessary factor for ensuring the competitiveness of enterprises / O.A. Kashirskaya, D.V. Chernova // Science of the XXI century: current trends of development: Art. scientific Article V Intern. extramural scientific-practical Conf., Apr 17 2017 / Samara: Samar Publishing House. state econ. University, 2017. – Vol. 1, p. 2. – P. 113-115.

3. Kashirskaya O.A., Aleksushin G.V. Service standards as one of the elements of the service strategy at the enterprise services sector / O.A. Kashirskaya, G.V. Aleksushin // Education and Science in the XXI Century Volume 1 -Sofia: Publishing House of the Modern Scientific Herald Ural Scientific Herald, 2016. – P. 42-45.

4. Kashirskaya O.A. Management of the competitiveness of service enterprises / O.A. Kashirskaya // Problems of enterprise development: theory and practice: materials of the 16th Intern. scientific-practical Conf., November 16-17. 2017: at 3 h. Part 1. – Samara: Samar Publishing House. state econ. University, 2017. – P. 174-175.

5. Development and implementation of customer service standards. [Electronic resource]. – Access mode: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/service_standarts.htm.

6. Kashirskaya O.A., Chernova D.V. Modern trends in ensuring the competitiveness of sports and sports services // Russian Economic Internet Journal [Electronic resource] / OJSC «ITKOR». – Electron. Journal. – M.: ITKOR, 2019. – 3. – Access mode: http://www.e-rej.ru/Articles/2019/Kashirskaya.pdf, free – Zagl. from the screen.

7. ISO Standards. [Electronic resource]. – Access mode: http://iso-management.com/standarty-iso/.

8. Shole J. First-class service as a competitive advantage / John Shole; Per. from English - 7th ed., Additional and revised. – M.: Alpina Publisher, 2015. – 347 p.

9. https://www.minsport.gov.ru/.

10. https://www.worldclass.ru/.