

Калиниченко К.К.
ЧОУ ВО «Таганрогский институт управления и экономики»
347900, г. Таганрог, Петровская 45
Klim_k222@bk.ru

SWOT-анализ деятельности организации спортивно-оздоровительной сферы (на примере ООО «Fit Room»)

Актуальность исследования в области изучения особенностей реализации малого бизнеса в спортивно-оздоровительной сфере обусловлена тем, что в российском социуме спорт набирает все большую популярность. Данные показывают, что эта тенденция отмечается не только у молодого поколения россиян, но и у людей среднего возраста [1]. Рост спроса на спортивно-оздоровительные услуги породил у предпринимателей стремление развивать востребованный потребителями бизнес. Это стимулировало ужесточение конкуренции в данной отрасли. Для адекватного развития конкурентоспособности бизнеса необходимо регулярно анализировать проблемное поле, возникающее во внешней и внутренней среде, и факторы, которые влияют на деятельность организаций данной отрасли. Таким образом, SWOT – анализ позволяет определить стратегический потенциал организации и выявить направления развития.

Выше сказанное позволяет рассматривать SWOT – анализ как наиболее перспективный метод повышения конкурентоспособности ООО «Fit Room».

Цель работы – провести SWOT- анализ деятельности предприятия, действующего в спортивно-оздоровительной сфере. Объект исследования – деятельность ООО «Fit Room». Предмет исследования – стратегический потенциал ООО «Fit Room». Методологической основой исследования стала методика SWOT-анализа. Исследование выполнено при финансовой поддержке ЧОУ ВО «Таганрогский институт управления и экономики» в рамках научно-исследовательского проекта № 18-02 «Современные подходы и конкурентное развитие управленческой практики российских организаций в условиях социально-экономической нестабильности» (руководитель проекта - проф. И.А. Янкина).

В спортивно-оздоровительной сфере ООО «Fit Room» функционирует с 2017 года. Выход на данный рынок был продиктован ростом спроса и имеющимся ресурсным потенциалом. Фирма специализируется на оказание основных и дополнительных услуг, связанных с работой тренажерного зала и консультированием в спортивно-оздоровительной сфере. В качестве сегмента рынка выделены представители среднего класса в возрасте от 14 до 60 лет, ориентированные на индивидуальные или групповые спортивные занятия.

Для выявления основных проблем в развитии конкурентоспособности бизнеса обратимся к результатам SWOT – анализ. Согласно методике, SWOT-анализ проводился на основе экспертных оценок [2]. К опросу привлекались 5 экспертов, работающих в данной и смежной отрасли и клиенты организации. В результате анализа на основе мнения экспертов были выявлены следующие возможности: растущая популярность спорта среди населения; рост рынка и появление новых сегментов; интерес у клиентов к индивидуальным консультациям по правильному питанию. Среди угроз внешней среды были выделены следующие: появление новых конкурентов, предоставляющих схожие услуги; снижение интереса населения к предоставляемым услугам, в связи с ростом популярности заменяющих услуг (бассейн, аэробика, другие виды спорта); частично проявляющаяся сезонность бизнес.

При анализе внутренней среды организации эксперты указали на следующие сильные стороны в деятельности ООО «Fit Room»: новизна идеи в сочетании с хорошо освоенным принципом реализации; квалифицированный тренерский персонал; широкий спектр услуг; расположение в центре населенного пункта. Вместе с тем, экспертами были выделены и слабые стороны в деятельности ООО «Fit Room». В том числе: недостаток опыта в организации бизнеса в данной сфере; использование дорогостоящего оборудование, порождающее определенные финансовые сложности; отсутствие разработанной стратегии поведения в условиях нарастающей конкурентной борьбы. На основании результатов

балльной оценки были выявлены наиболее критические для деятельности организации факторы внешней и внутренней среды и предложены направления совершенствования деятельности организации, повышающие конкурентоспособность и стратегический потенциал ООО «Fit Room».

В частности, для решения проблемы, перспективной становится стратегия завоевание нового сегмента рынка и укрепление на нем, при помощи расширения спектра предоставляемых услуг и повышения квалификации персонала. Помимо этого, удачное место расположения в центре населенного пункта можно использовать как дополнительного средство привлечение клиентов. Актуализировать ассортимент предоставляемых услуг ООО «Fit Room» можно так, чтобы он был максимально благоприятен для клиентов компании. В частности, проведение маркетингового исследования позволит сделать предлагаемые услуги более соответствующими потребностям клиентов. Преодолеть слабые стороны организации поможет высокая маркетинговая и рекламная активность и эффективная ценовая политика. Они позволят привлечь будущих клиентов, что в свою очередь покроет большие затраты на оборудование, и как следствие, увеличит прибыль.

Итоги проведенного SWOT-анализа позволяют сделать вывод, что ООО «Fit Room» следует акцентировать больше внимания к таким моментам как: возможность появления новых конкурентов, предоставляющих аналогичные услуги; снижение интереса населения к предоставляемым услугам, в связи с ростом популярности заменяющих услуг (бассейн, аэробика, другие виды спорта), сезонность. При определении путей улучшения конкурентных достижений предприятию необходимо более полно использовать имеющиеся благоприятные условия внешней среды: новизна идеи в сочетании с хорошо освоенным принципом, квалифицированный тренерский персонал, широкий спектр услуг, расположение в центре населенного пункта. В целом, ООО «Fit Room» необходимо стремиться выработать конкурентную стратегию, построенную на сильных сторонах и возникающих возможностях посредством преодоления потенциальных внутренних слабостей.

Литература

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения // электронный ресурс: режим доступа // <http://www.wciom.ru/> / (дата обращения 05.12.2018)
2. Янкина И.А. Роль экспертных оценок в процессе стратегического анализа // Экономика и социум. – 2015. – №2-5 (15). – С.1030-1033.