

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВЕЛИКОЛУКСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ  
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

Т. А. Пузыня  
Е. Ю. Смирнова  
А. А. Степанов  
Л. Ш. Шитова

**ТЕХНОЛОГИИ СФЕРЫ СЕРВИСА НА ПРИМЕРЕ СПОРТИВНО-  
ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**  
(учебное пособие)

Великие Луки  
2018

УДК 338.462

ББК 65.43

Т38

**Т.А. Пузыня, Е.Ю. Смирнова,**

**А.А. Степанов, Л.Ш. Шитова**

**Т38 Технологии сферы сервиса на примере спортивно-оздоровительных услуг. Учебное пособие. – Москва: Издательство «Перо», 2018 – 88 с.**

ISBN 978-5-00122-729-8

Рассмотрены базовые вопросы и технологии создания и реализации услуг сферы социально-культурного сервиса на примере спортивно-оздоровительных услуг. Особое внимание уделяется вопросам управления контактом с клиентом, мотивам обращения к спортивно-оздоровительным услугам, особенностям их создания, безопасности и потребления.

Кратко рассмотрены основные положения государственного стандарта Российской Федерации по направлениям «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования»-52024, от 01.07.2003 года, и «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Требования безопасности потребителей»-52025 от 01.07.2003 года.

Учебное пособие содержит материалы для освоения компетенций предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлениям подготовки (в рамках преподаваемых дисциплин):

43.03.01 - «Сервис», профиль социально-культурный сервис, дисциплины: «Технологические основы социально-культурного сервиса», «Организация персональных продаж», «Технологии и организация развлечений», «Правовое регулирование социально-культурного сервиса»;

38.03.02 - «Менеджмент» профиль менеджмент организации, дисциплины: «Маркетинг», «Хозяйственное право» (*уровень бакалавриата*).

49.04.01 «Физическая культура», профиль теория физической культуры и технология физического воспитания, дисциплина «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта» (*уровень магистратуры*).

Каждая тема представлена кратким изложением теоретического материала и тестовыми заданиями для закрепления полученных знаний.

Учебное пособие предназначено для студентов высших учебных заведений, слушателей системы переподготовки и повышения квалификации, а также для практических работников культурно-оздоровительных центров, занимающихся сохранением и реабилитацией здоровья, а также иной профессиональной деятельностью в сфере социально-культурного сервиса.

УДК 338.462

ББК 65.43

ISBN 978-5-00122-729-8

© Т.А. Пузыня, Е.Ю. Смирнова, А.А. Степанов, Л.Ш. Шитова, 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
ТЕМА 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ В СФЕРЕ СЕРВИСА .....	5
ТЕМА 2. МОТИВЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ .....	15
ТЕМА 3. КЛАССИФИКАЦИЯ ФИТНЕС – КЛУБОВ .....	23
ТЕМА 4. ВИДЫ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА .....	31
ТЕМА 5. СОЗДАНИЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ .....	39
ТЕМА 6. ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА ...	49
ТЕМА 7. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ОКАЗАНИИ ФИЗКУЛЬ- ТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ .....	57
ЛИТЕРАТУРА .....	67
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ Б .....	79
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ .....	86

А

*«Здоровье – это состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов (Устав Всемирной организации здравоохранения).  
«Как и все настоящее в нашей жизни, настоящий, искренний сервис денег не стоит. Это не вопрос того, что мы делаем; это прежде всего вопрос того, как мы это делаем»  
(из книги М.В. Недякина «Искренний сервис...»).*

## **ВВЕДЕНИЕ**

Сфера социально-культурного сервиса разнообразна и включает в себя множество направлений деятельности направленных на удовлетворение разнообразных потребностей потребителей. Спортивно-оздоровительная услуга является лишь частным случаем деятельности в сфере социально-культурного сервиса, на примере которого возможно продемонстрировать базовые, универсальные технологии создания и реализации услуг социально-культурной сферы. Технология продаж спортивно-оздоровительных услуг тесно связана с пропагандой здорового образа жизни, направленной на обеспечение физического и психического благополучия каждого человека. В настоящее время продолжается развитие сферы сервиса здравоохранения, так, десятилетие назад отсутствовала как таковая классификация спортивно-оздоровительного сервиса, разделение услуг происходило только на физкультурно-оздоровительные и спортивные виды. Сегодня можно встретить группировку услуг по видам спорта, использованию специфических природно-географических возможностей, воздействию на определенную группу мышц, веллнес - технологии и т.д. Особой популярностью у населения крупных городов пользуются методики MindBody и веллнес - технологии, это можно объяснить тем, что они способствуют достижению как физического, так и духовного равновесия человека.

В условиях значительного ухудшения состояния здоровья людей и отсутствия интереса у населения в посещении фитнес - клубов, возникла настоятельная необходимость в совершенствовании технологии создания и продажи спортивно-оздоровительных услуг.

Все большую актуальность приобретают вопросы маркетингового сопровождения процессов создания и распространения услуг в том числе и спортивно-оздоровительных, а также их безопасности и защиты прав потребителей.

Данное пособие ставит своей целью помочь студентам понять и систематизировать знания по технологии предоставления и реализации услуг, на примере спортивно-оздоровительных услуг. А также дает возможность получить более широкое и углубленное представление о процессе оказания услуг, как с теоретической, так и с практической точек зрения.

В каждую тему, помимо краткого изложения теоретического материала, вошли тестовые задания для закрепления полученных знаний.