

УДК

С. В. Баринов

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет», Москва

С. А. Резниченко

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

О. Н. Зайцев

ГБОУ ДПО Центр «Профессионал»

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СКАЛОЛАЗАНИЮ «СКАЛОДРОМ-Х8»

Ключевые слова: занятия на скалодроме, пробные подъемы, страхование инструктором, прокат снаряжения, продукт, цена, продвижение, расположение, скалолазный модуль, скалолазная плоскость.

Скалолазный центр «Х8», создающийся в г. Москве по адресу ул. Кабельная, д. 2, в торгово-развлекательном комплексе «Спорт ЕХ» на площади 79 кв. м имеет миссию-повышение качества жизни и комфортности жителей города. Он будет призван популяризировать и пропагандировать здоровый образ жизни, активный и полезный досуг. Укреплять в сознании молодежи и подрастающего поколения форму реальных и захватывающих активностей в альтернативу виртуальным.

Потребитель, посетивший скалолазный центр «Х8» сможет получить следующие виды услуг: самостоятельное занятие на скалодроме; пробные подъемы-страховка инструктором (3 подъема на стену), прокат снаряжения; занятия с инструктором в группах от 2 до 4 человек; уроки страховки на одном страховочном устройстве; занятия в школе скалолазания для детей и для взрослых; организация и проведение праздников на скалодроме.

Текущая ситуация на рынке

Скалолазание – это относительно молодой и динамично развивающийся вид спорта, который заключается в лазании по естественному или искусственному рельефу. Скалолазание не стоит путать с альпинизмом, это его составляющая часть, и целью скалолазания является не достижение горных вершин, а сам процесс преодоления препятствий. Уникальность скалолазания заключается в том, что это вид спорта сочетает в себе физические нагрузки и развитие логического мышления.

Скалодромы в России стали появляться недавно, в начале 2000-х годов. Скалодром представляет собой искусственную имитацию скальных рельефов. Их появление дало возможность развиваться в скалолазание, как в полноценном спорте без выезда на реальные скалы. В России насчитывается

по состоянию на ноябрь 2018 года около 270 скалодромов в 155 городах 67 регионов России. В Москве на данный момент работает 54 скалодрома, из них 12 наиболее популярные и отвечающие требованиям спортивного скалолазания. Всё чаще встречаются общеобразовательные школы, в которых тоже ставят скалолазные модули.

На сегодняшний момент скалодромы пользуются большой популярностью практически во всех слоях населения, так они удовлетворяют не только потребности в спортивной активности (столь низкой в наше время), но и дают возможность с пользой провести досуг.

Скалодром «Х8» расположен в развивающемся районе Москвы – Лефортово (ЮВАО). В этом же районе расположены такие скалодромы как «Эдельвейс» и ДДС. Но данные скалодромы не являются прямыми конкурентами Скалодрому «Х8». «Эдельвейс» – небольшой скалодром с закрытым входом только для групп детей, режим работы будни с 17:00 до 21:00. ДДС – скалодром, расположенный вблизи станции метро «Площадь Ильича», требует ремонта и не безопасен для лазания, от чего теряет свой основной поток клиентов, так же на скалодроме ДДС созданы неблагоприятные условия для занятий (запретили использование сухой

магнезии). Таким образом, на данный момент Скалодром «Х8» имеет реальную возможность, за счет расширения скалолазных площадей и увеличения пропускной способности, стать сильным скалолазным центром в ЮВАО.

Помимо всего прочего, выделим основных конкурентов Скалодрома «Х8», находящихся в разных районах Москвы. Анализ проводился по четырем критериям: местоположение, максимальная высота скалолазного модуля, площадь скалолазных плоскостей, технические возможности видов лазания (табл. 1).

Из анализа видно, что на данный момент Скалодром «Х8» уступает своим основным конкурентам по площади скалолазных плоскостей. По максимальной высоте скалолазных плоскостей Скалодром «Х8» занимает третью позицию. В будущем планируется увеличить высоту до 9 м, что позволяет планируемое к аренде помещение. По техническим возможностям лазания Скалодром «Х8» не уступает не одному из рассматриваемых скалодромов. Этот факт очень важен в функционирование скалодрома, т.к. он напрямую влияет на широту спектра оказываемых услуг. Проект по расширению скалодрома «Х8» выведет его на лидирующие позиции среди конкурентов по рассматриваемым позициям.

Коммуникативная маркетинговая стратегия

Мы стремимся рассматривать такие базовые элементы, как продукт, цена, расположение, продвижение, соответствие по-

требностям потенциальных потребителей. Сочетание хорошего качества продукта, приемлемой цены для нашей целевой аудитории, удобного расположения и правильного продвижения создаст ценность и необходимость нашего продукта для потребителя.

Качество продукта

Нашим продуктом являются услуги по удовлетворению спортивных и досуговых потребностей.

Слагаемые хорошего качества продукта:

1. Современный, отвечающий основным запросам потребителя скалолазный модуль и плоскости, имеющие разнообразные рельефы. Следует обратить особое внимание на этот пункт, так как недостаток скалолазных плоскостей и их однообразность приведет к снижению интереса и к сложностям в формировании постоянной базы клиентов.

2. Хороший уровень инструкторов и как следствие – хороший уровень оказания услуг. Человеческий фактор в любой сфере услуг играет важную роль. Профессионализм инструкторского состава напрямую влияет на уровень работы скалодрома и его места в линейке конкурентов.

3. Одним из отличительных элементов для основной части потребителей (молодежь, дети и их родители) является эстетическая составляющая скалодрома, стиль оформления и опрятность. Нами уже ведется работа по добавлению в интерьер и способ оказания услуг некой «душевности», что является отличительной особенностью от большинства таких же мест.

Таблица 1

	Скалодром «Х8» в ТРК «СпортЕХ»	Скалодром в ТК «Экстрим»	Скалодром Red Point	Скалодром «Скалотория»	Скалодром «Rock Zona»	Скалодром Big Wall
Ст. метро и административный округ	Авиамоторная ЮВАО	Речной вокзал САО	Савеловская СВАО	Павелецкая ЦАО	Коломенская ЮАО	Савеловская СВАО
Высота скалодрома	8 м	7 м	12,5 м	7 м	3 м	13,5 м
Площадь скалолазных плоскостей	140 кв. м.	250 кв. м	500 кв. м	600 кв. м	650 кв. м	1000 кв. м
Технические возможности видов лазания	Боулдеринг ¹ Трудность ²	Трудность Боулдеринг	Трудность	Трудность Боулдеринг	Боулдеринг	Трудность Боулдеринг

Примечания:

¹Боулдеринг (англ. bouldering) – вид скалолазания в среднем 3–6 метров – серия коротких (5–8 перехватов) предельно сложных трасс.

²Трудность – лазание на трудность – вид скалолазания выше 6 метров со страховкой верхней или нижней.

4. Повышение узнаваемости бренда и основного стиля Скалодрома «Х8». На данный момент разработан и внедрен логотип и название компании. Выбраны два основных цвета и цветовая гамма помещения. В дальнейшем планируется следовать выбранным стратегиям стиля и повышать узнаваемость бренда.

Политика ценообразования

Политика ценообразования вытекает из ожидания целевой аудитории и цены на данную услугу у конкурентов (так называемый метод следования за конкурентом).

Основной принцип формирования цены – как можно более низкая цена при хорошем качестве услуги.

Ниже проведем анализ цен конкурентов на основные позиции предоставляемых услуг (табл. 2).

При расчете себестоимости услуги рассматривались переменные и постоянные издержки. В схему формирования цены также включены коммерческие расходы и планируемая прибыль (табл. 3).

После сбора информации по ценам конкурентов была сформирована следующая таблица цен, которые лежат в основе прайс-листа на наши услуги (табл. 4).

Таблица 2

	Скалодром «Х8»	Скалодром в ТК Экстрим	Скалодром «Rock Zona»	Скалодром Red Point	Скалодром Big Wall	Скалодром «Скалотория»
Самостоятельное занятие	250,00	250,00	400,00	380,00	550,00	420,00
Пробные подъемы	500,00	300,00	–	-	1300,00	500,00
Занятие с инструктором в группах	800,00	800,00	–	850,00	2000,00	950,00
Индивидуальное занятие с инструктором	1500,00	–	2000,00	1700,00	–	1700,00
Комплект снаряжения	300,00	250,00	–	350,00	700,00	400,00
Вечерняя школа скалолазания	500,00	500,00	–	–	–	950,00

Таблица 3

№ п/п	Показатели	Самостоятельное занятие	Пробные подъемы	Занятие с инструктором в группах	Индивидуальное занятие с инструктором	Комплект снаряжения	Вечерняя школа скалолазания
1	Диапазон рыночных цен	250–550	500–1300	800–2000	1500–2000	300–700	500–950
2	Рыночная цена для проникновения на рынок, в руб.	300	500	1000	1500	400	750
3	Полная себестоимость ед. услуги, руб.	200	300	700	1200	200	300
4	Прибыль на единицу услуги	100	200	300	300	200	450
5	Рентабельность продаж, %	25 %	32 %	15 %	20 %	50 %	45 %

Таблица 4

<i>Занятия на скалодроме</i>	<i>Руб.</i>
Самостоятельное занятие	350,00
Пробные подъемы (3 подъема на стену + прокат снаряжения + услуги инструктора)	500,00
Занятие с инструктором в группах от 2 до 4 человек (прокат снаряжения + 1–2 часа занятия с инструктором)	900,00
Индивидуальное занятие с инструктором 1,5 часа (прокат снаряжения включен в стоимость)	1500,00
<i>Снаряжение</i>	<i>Руб.</i>
Комплект снаряжения (скальные туфли, обвязка, магнезия, карабин, страховочное устройство)	400,00
Скальные туфли	150,00
Обвязка	150,00
Магнезия	50,00
Карабин	50,00
Страховочное устройство	100,00
Веревка (для нижней страховки)	150,00
<i>Обучение</i>	<i>Руб.</i>
Уроки страховки (на одном страховочном устройстве)	150,00
Разовое занятие в школе	500,00
Абонемент на 4 занятия в школе скалолазания (действует в течение 2-х месяцев с момента активации, включает в себя скидку 35 % на прокат снаряжения)	1600,00
Абонемент на 8 занятий в школе скалолазания (действует в течение 4-х месяцев с момента активации, включает в себя скидку 50 % на прокат снаряжения)	2800,00
Абонемент на безлимитное посещение в течение месяца (действует в течение одного месяца с момента активации, включает в себя скидку 50 % на прокат снаряжения)	4000,00
<i>Спортивный досуг</i>	<i>Руб.</i>
Проведение спортивных праздников (для групп от 8 человек, цена указана за одного человека)	1000,00
Оргвзнос за участие в скалолазном фестивале	400,00

Продвижение услуг

На данный момент Скалодром «Х8» уже сформировал вокруг себя небольшую аудиторию. Но необходимо расширение рекламной информации о самом скалодроме и его услугах. Основной идеей рекламной компании должно стать точечное воздействие на целевую аудиторию потенциальных посетителей.

Цели и задачи рекламной компании

1. Продолжение привлечения и увеличение уровня посетителей скалодрома:

- информирование и привлечение на скалодром посетителей, входящих в целевую аудиторию живущих, работающих и учащихся в районе его расположения;

- удержание и информирование лояльного отношения у посетителей.

2. Создание потребности:

- За счет отличной от других скалодромов архитектуры скалолазных модулей, внутреннего климата и ценовой политики.

3. Использование видов и каналов рекламы (табл. 5).

Целевая Аудитория

Скалолазие и скалодромы имеют очень широкую потребительскую группу. Целевая аудитория – потребители со средним доходом, а также с доходом ниже среднего. Если детализировать классификацию потребителей по возрасту и социальной принадлежности, то они разобьются на следующие подкатегории:

- учащиеся школы и студенты возрастом от 14 до 23 лет (15%);
- молодежь от 23 до 30 лет (26%);
- дети с 5 до 13 лет (33%);
- профессиональные спортсмены (8%);
- люди старшего возраста 30–55 лет (9%);
- пенсионеры (5%).

Таблица 5

Виды носителя рекламы	Описание	Сроки	Стоимость, руб.
Наружная реклама	В период реализации проекта мы планируем запустить наружную рекламу на маршрутках (2 машины)	3 месяца	15 000 руб. (одна машина)
Реклама внутри скалодрома	Ход для позиционирования уникальности скалолазного центра (фирменный стиль, комфортность внутренней атмосферы). Кроме постоянных составляющих также планируется раздача внутри заведения флаеров с основными позициями, ценами и контактами. Флаеры 1000 шт.	Весь период, начиная за 2 месяца до открытия новой площади	5000 руб.
СМС-рассылка по базе посетителей	Рассылка смс сообщений по сформированной базе посетителей скалодрома с приглашением на открытие новой части скалодрома	За 3 дня до открытия	5000 руб.
Стимулирование «сарафанного радио»	Если посетители уйдут с положительными эмоциями, сработает эффект «сарафанного радио»	—	—

Выводы

Такой бизнес – достаточно интересное и перспективное направление, поэтому при грамотной организации обещает предпринимателю хороший доход. Сегодня можно при хорошо проработанном бизнес-плане быстро занять существенную долю рынка, главное, не забывать про постоянное развитие своего бизнеса.

Почему этот бизнес принесет хороший доход? Потому что человеку интересно это занятие. А почему оно интересно?

Потому что при прочих равных условиях по степени спортивной нагруз-

ки скалолазание полностью имитирует подъем на вершину горы:

- человек испытывает всплеск адреналина;
- снимает стресс;
- тренирует мышцы и сбрасывает лишний вес;
- улучшает координацию движений;
- имеет возможность победить свой страх (актуально для тех, кто боится высоты);
- испытывает счастье и чувство удовлетворения, когда ему удастся покорить очередную «вершину».

Библиографический список

1. Березин И.С. Маркетинговые исследования: Инструкция по применению. – Люберцы: Юрайт, 2017. – 383 с.
2. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 570 с.
3. Герасимов Б.И. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. – М.: Форум, 2017. – 336 с.
4. Каден Р.Д. Партизанские маркетинговые исследования; пер. с англ. Ю.В. Рябикина. – М.: Эксмо, 2016. – 384 с.