

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.05 – МКР. 2143 “С” 2021.12.29. 01 ПЗ

**КОРОТКІНОЇ ОЛЕНИ ВОЛОДИМИРІВНИ**

**2022 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

# НУБІП України

УДК 005.511(083.92):615.851.8

**ПОГОДЖЕНО**  
Декан факультету аграрного менеджменту

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**  
В.о. завідувача кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту

\_\_\_\_\_ **Анатолій ОСТАПЧУК**  
(підпис) (ПІБ)

\_\_\_\_\_ **Марина ДЄЛІНІ**  
(підпис) (ПІБ)

“ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

“ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

# НУБІП України

## МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ЦЕНТРУ ЙОГИ ТА СТРЕТЧИНГУ»**

Спеціальність 073 «Менеджмент»  
Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

**Гарант освітньої програми**  
д.е.н., професор

\_\_\_\_\_ **Лідія ШИНКАРУК**  
(підпис) (ПІБ)

**Керівник магістерської кваліфікаційної роботи**

к. держ. упр., доцент

\_\_\_\_\_ **Анна ДЕРГАЧ**  
(підпис) (ПІБ)

**Виконав**

\_\_\_\_\_ **Олена КОРОТКІНА**  
(підпис) (ПІБ студента)

# НУБІП України

КИЇВ – 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та  
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор \_\_\_\_\_ Марина ДЄЛІНІ  
(підпис)

2021 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Короткіної Олени Володимирівни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»  
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна  
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план відкриття центру йоги та стретчингу»  
затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня 2021 р. №2143-«Є»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 1 листопада 2022р.  
(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-правові акти України; словникові та довідникові джерела; тези; електронні джерела; іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні та практичні аспекти розвитку фітнес-індустрії.
2. Розробка бізнес-плану центру йоги та стретчингу.
3. Економічне обґрунтування ефективності проекту.

Дата видачі завдання "29" грудня 2021 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

Анна ДЕРГАЧ

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

(підпис)

Олена КОРОТКІНА

(прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

Магістерська робота на тему «Бізнес-план відкриття центру йоги та стретчингу» містить вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел та додатків. Вона містить 54 сторінок тексту, 15 рисунків, 10 таблиць, 26 джерел.

В першому розділі розглядаються теоретичні та практичні аспекти розвитку фітнес-індустрії. Зокрема, аналізуються основні тенденції розвитку сучасних центрів з йоги та стретчингу в Україні, досліджується світовий досвід діяльності фітнес-центрів та пропонуються пропозиції стосовно соціальної складової діяльності центрів з йоги та стретчингу.

Другий розділ, «Бізнес-план відкриття центру йоги та стретчингу «АЙога», побудований саме на основних структурних елементах бізнес-планування, а саме, розроблено концепція проекту, визначено цілі та завдання проекту, проаналізовано конкурентне середовище. Також в ході написання роботи розроблено організаційно-виробничий план проекту та проаналізовано цільовий ринок. Розроблено маркетингову стратегію проекту, складено SWOT-аналіз і проведено фінансову оцінку проекту, а також розроблено інвестиційний план проекту, зокрема визначені джерела фінансування та цільове спрямування інвестицій.

У третьому розділі, на основі отриманих даних, надано пропозиції з реалізації проекту та обґрунтування доцільності відкриття центру йоги та стретчингу «АЙога».

У висновках наведено загальні підсумки по результатах розробки бізнес-плану та обґрунтовано доцільність проекту.

Ключові слова: інвестиційний план, конкурентне середовище, фінансова оцінка проекту, фітнес-індустрія, SWOT-аналіз.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІТНЕС-ІНДУСТРІЇ**

1.1. Основні тенденції розвитку сучасних центрів з йоги та стретчингу в

Україні

1.2. Світовий досвід діяльності фітнес-центрів

1.3. Соціальна складова діяльності центрів з йоги та стретчингу

**РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ЦЕНТРУ ЙОГИ ТА**

**СТРЕТЧИНГУ «АЙога»**

2.1. Концепція, цілі та завдання проекту

2.2. Аналіз конкурентного середовища

2.3. Організаційно-виробничий план проекту

2.4. Аналіз цільового ринку. Маркетингова стратегія проекту

2.5. Фінансова оцінка проекту

2.6. Інвестиційний план: джерела фінансування проекту та цільове спрямування інвестицій

2.7. SWOT-аналіз підприємства

**РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ ЦЕНТРУ ЙОГИ ТА СТРЕТЧИНГУ «АЙога»**

**ВИСНОВКИ**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

**ДОДАТКИ**

## ВСТУП

Що втрачає той, кому доводиться підкорятися енергійному ритму сучасного життя? Чого прагне будь-яка людина, яка живе в напруженому, інтенсивному ритмі і яка підпорядкувала свою повсякденну рутину терміновим справам? Звісно, вона прагне відпочинку і мріє мати час перестати бігти «поперед своїх справ» і хоча б трохи поговорити з найгодовнішою людиною свого життя – собою.

Саме це пропонує йога – чи не єдиний вид фітнесу, який допомагає зміцнити не лише фізичне, але й психічне здоров'я. слід зауважити, що сучасна практика йоги має багатовікове коріння, що походить від стародавньої індійської філософії, яка спрямована на досягнення балансу між розумом і тілом, досягнення просвітлення та контроль фізичних і розумових процесів. Став трендом сучасності, йога, яка вона є зараз, розрахована на широку аудиторію, спростилася в духовному змісті і перетворилася з філософської школи на школу підтримки здорового способу життя та релаксу.

Завдяки багатій історії та перевіреним практикам цей напрямок користується незмінною популярністю в сучасному суспільстві. Заняття спортом не спрямовані лише на досягнення та підтримання фізичної форми – їм потрібна можливість звільнитися від вантажу накопичених негативних емоцій, спокійно впорядкувати свої думки, відволіктися від повсякденної суєти. Саме через це, студії йоги регулярно відкриваються по всій Україні, їх кількість постійно збільшується і це стосується також і невеличких міст та селищ.

Стретчинг - це окрема сфера фітнесу, яка включає серію вправ, які направлені на розтягування м'язів і розвиток гнучкості тіла. Сучасний стретчинг, на думку експертів, виник на базі гімнастики з поєднанням не тільки йоги, а й інших стародавніх східних практик. Мета вправ на розтяжку - зміцнити суглоби і глибоко опрацювати всі м'язи тіла, навіть ті, які не опрацюються під час регулярних занять фітнесом. Стретчингом можуть займатися люди, не зважаючи на рівень підготовки і вік. Саме ці заняття дозволять вам мати міцну спину, епритність та легкість руху, а також гарну фігуру і відмінний настрій.

Досліджували тему впливу йоги на організм людини такі вчені:

Ю.Ю. Мосейчук,

О.О. Мороз,

О.О. Сластіна,

О.М. Болтенкова,

В.Г. Понікарьова.

Питанням інвестиційних можливостей та особливості розробки бізнес-

проектів присвячено праці І.О. Бланка, А.В. Дергач, М.М. Деліні,

Т.В. Майорової, М.П. Талавирі, Л.В. Шинкарук.

Метою дослідження є розкриття основних аспектів створення бізнес-плану відкриття центру йоги та стретчингу «АЙога».

Об'єктом дослідження є процес розробки бізнес-плану відкриття центру йоги та стретчингу «АЙога».

Предметом дослідження є організація заходів зі створення центру йоги та стретчингу.

Завданнями дослідження є:

- визначити основні тенденції розвитку сучасних центрів з йоги та стретчингу в Україні;

- дослідити світовий досвід діяльності фітнес-центрів;

- визначити соціальну складову діяльності центрів з йоги та стретчингу;

- визначити концепцію, цілі та завдання проекту;

- провести аналіз динаміки і тенденцій розвитку ринку;

- здійснити аналіз конкурентного середовища;

- провести аналіз споживачів;

- обґрунтувати перспективи розвитку ринку;

- визначити цілі маркетингу;

- розробити маркетингову стратегію розвитку ринку фітнес послуг;

- здійснити SWOT-аналіз;

- здійснити опис проекту;

- побудувати організаційну структуру підприємства;

- визначити потребу і вартість трудових ресурсів.

# НУБІП УКРАЇНИ

- дослідити структуру інвестиційних витрат;
- побудувати прогноз доходів та витрат;
- побудувати прогноз руху грошових коштів;
- побудувати прогнозний баланс підприємства;

проаналізувати показники оцінки ефективності проекту.

# НУБІП УКРАЇНИ

*Методи дослідження.* У дослідженні використано загальні та спеціальні методи дослідження, зокрема діалектичний метод наукового пізнання. Цей метод передбачає виявлення закономірностей і тенденцій ринкової діяльності.

Завдання дослідження вирішувалися з використанням емпіричних та теоретичних методів дослідження, системного підходу, методів синтезу та аналізу.

# НУБІП УКРАЇНИ

Теоретична цінність і практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх подальшого застосування при розробці проектів зі створення центрів йоги та стретчингу.

# НУБІП УКРАЇНИ

*Апробація результатів та публікації.* Основні аспекти дослідження було висвітлено у матеріалах: V Міжнародної науково-практичної конференції «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору», опубліковано тези

# НУБІП УКРАЇНИ

«Стартап-проекти як особлива форма організації підприємницької діяльності» (2021 рік); VI Міжнародної науково-практичної конференції «Інклюзивний розвиток національної економіки: Глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору» опубліковано тези «Особливості надання соціальних послуг у сфері фітнес-індустрії».

# НУБІП УКРАЇНИ

Магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та списку використаних джерел, який налічує 26 найменувань.

Загальний обсяг роботи – 54 сторінок. Робота містить містить 10 таблиць та 15 рисунків.

# НУБІП УКРАЇНИ



## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

### ФІТНЕС-ІНДУСТРІЯ

# НУБІП УКРАЇНИ

## 1.1. Основні тенденції розвитку сучасних центрів з йоги та стретчингу в Україні

На даний час велика кількість людей в будь-якій країні дбає про своє здоров'я, займається фізичною культурою і фітнесом зокрема. Неможливо не звертати увагу на це, або навпаки переоцінювати роль фітнесу сьогодні. Але цікавим залишається факт, що на цей час відсутнє точне визначення цього явища.

Термін «фітнес» є поліморфним терміном, що виникає як через поліфункціональність даного поняття, так і через відносну новизну розглянутого явища. Фітнес (англ. fitness, утворено від дієслова «to fit» – відповідати, бути в хорошій формі) – дослівно загальна фізична готовність організму людини, тобто

мова йде про міцне загальне здоров'я людини. У вузькому розумінні фітнес - це методика зміцнення здоров'я, яка дозволяє змінювати форму і вагу свого тіла і з часом коригувати отриманий результат. Фізичні тренування повинні обов'язково бути узгодженими з індивідуально підбраною дієтою, в залежності від віку, особливостей організму і бажаного результату. Сьогодні в світі все більше

говорять про фітнес як про стиль життя і поведінки, який направлено на зміцнення організму, емоційну рівновагу, покращення фізичного стану та самопочуття. Це, безумовно, асоціюється з життєвим успіхом і постійним

прагненням досконалості людини. Тобто, з точки зору фахівців, фітнес – це не тільки різного роду фізичні навантаження, це система, яка поєднує рухову активність, емоційний стан, збалансоване харчування, доайливе ставлення до себе, відмову від шкідливих звичок тощо. Тобто мова йде про «життя в стилі фітнес».

Розповсюдження «життя в стилі фітнес» в нашій країні має свою довгу історію, яка розпочалася ще у 90-х роках двадцятого століття в Радянському Союзі. Після розпаду СРСР в Україні розпочався наступний крок розвитку – пострадянський.

# НУБІП УКРАЇНИ

Відомо, що колишньому СРСР існували традиційні види спорту. Так, перший спортивно-оздоровчий клуб на території Радянського Союзу був відкритий в Ленінграді у далекому 1990 році [2]. В Україні ж про появу перших

центрів з фітнесу заговорили після отримання статусу незалежної держави. Що ж поєднує фізичну культуру і фітнес? - Не варто забувати, що саме фізична культура є прототипом сучасного фітнесу. Секрет популярності занять фітнесом полягає в тому, що метою всіх фітнес-тренувань є не досягнення високих результатів в спорті, а сприяння людям вести здоровий спосіб життя. Всі фітнес

програми засновані на принципі безпеки. Їх основа - максимальна користь для здоров'я людини. Здатність синтезувати багаторічний досвід медичних працівників. Основна функція фітнесу – ввібрати аромат повноцінного життя, в якому переважають радість, сила, рух, молодість, краса і вміння знаходити в житті все нове і прекрасне.

На жаль, фітнес-спільнота в Україні розширюється повільно. Наприклад, у Нідерландах та Іспанії близько 13% населення займаються фітнес-тренуваннями, у Сполучених Штатах у тренажерних залах займаються близько 20% населення, а у Німеччині – близько 8%. Якщо говорити за Україну – цифра ледь сягає 2-х

відсотків [10]. Та попри такі цифри кількість українців, які хочуть займатися фітнесом і купують для цього клубні карти зростає. В країні існує чотирьох видів тренувань: «люкс», «преміум», «бізнес» та «експрес». На думку засновників даних клубів, зараз необхідно створити всі умови для людей із таким рівнем доходу як середній. За рахунок цього прогнозується зростання ринку фітнес-

послуг. До послуг фітнес-центрів включені заняття в тренажерних залах як групові, так і індивідуальні, басейни, масаж, послуги солярію тощо. Тобто можливостей для розвитку фітнес-індустрії багато. Тільки відома українська мережа «Sports Life» за півтора року відкрила 9 нових залів: 5-ть у Києві та 4-ри в областях.

У 2012 році було встановлено, що 16 нових груп покращуватимуть мережу [10]. Отже, при зростанні конкуренції професійні послуги вдосконалюються та вартість, не набагато, але теж збільшується. На сьогодні ціна фіксованого річного абонементу у преміальних фітнес-клубах Києва



становили фітнес-клуби, 11 % – фітнес-студії, по 10 % – клуби бойових мистецтв та студії пілатесу, 8 % – жіночі фітнес-клуби, по 4 % – студії йоги та танців, 2 % – басейни. Зазначимо, що забезпеченість площами басейнів в Україні не змінилася порівняно із 2017 роком і за 2018 рік становить лише 20 % від нормативних показників. Переважно у багатьох містах України забезпеченість площами басейнів не досягає 10 %. Кількість осіб, залучених до занять оздоровчим фітнесом у 2018 році – 2,9 % від загальної кількості населення. Зафіксовано збільшення в Україні кількості фітнес-клубів до 1765 у 2018 р.

Аналізуючи показники ринку, фахівцями було з'ясовано, що в Україні на сьогодні діють 1420 клуби. При цьому 75% площі усіх фітнесклубів зосереджені переважно у великих містах, де мешкає всього 18% українців. Закономірно, що на столицю доводиться найбільше фітнес-клубів – 380 центрів, що складає 26% від загальної кількості. Харків займає 2-ге місце, де розташовано 150 клубів, а це 10 % від загалу, а на 3-му місці посіла Одеса – близько 100 центрів, що складає 6%. Далі йдуть Дніпро з 85 клубами і Львів, де функціонує 79 закладів. Проте в маленьких містах існує значний дефіцит закладів для зайняття фітнесом. Середньорічна ціна абонементу фітнес-клуба в Україні складає 5 430 грн., в Києві вона сягає 7 600 грн. якщо говорити за маленькі міста з населенням менше 250 тис. осіб – 3900 грн. за оцінкою експертів, річний обіг ринку фітнес-послуг в Україні на сьогодні складає 202 млн. дол. США (рисунок 1.8.). За статистичними даними Міністерства молоді та спорту зменшення кількості закладів масового спорту та нерівномірність забезпечення ними вплинули і на кількість залучених загалом до фізкультури та спорту.

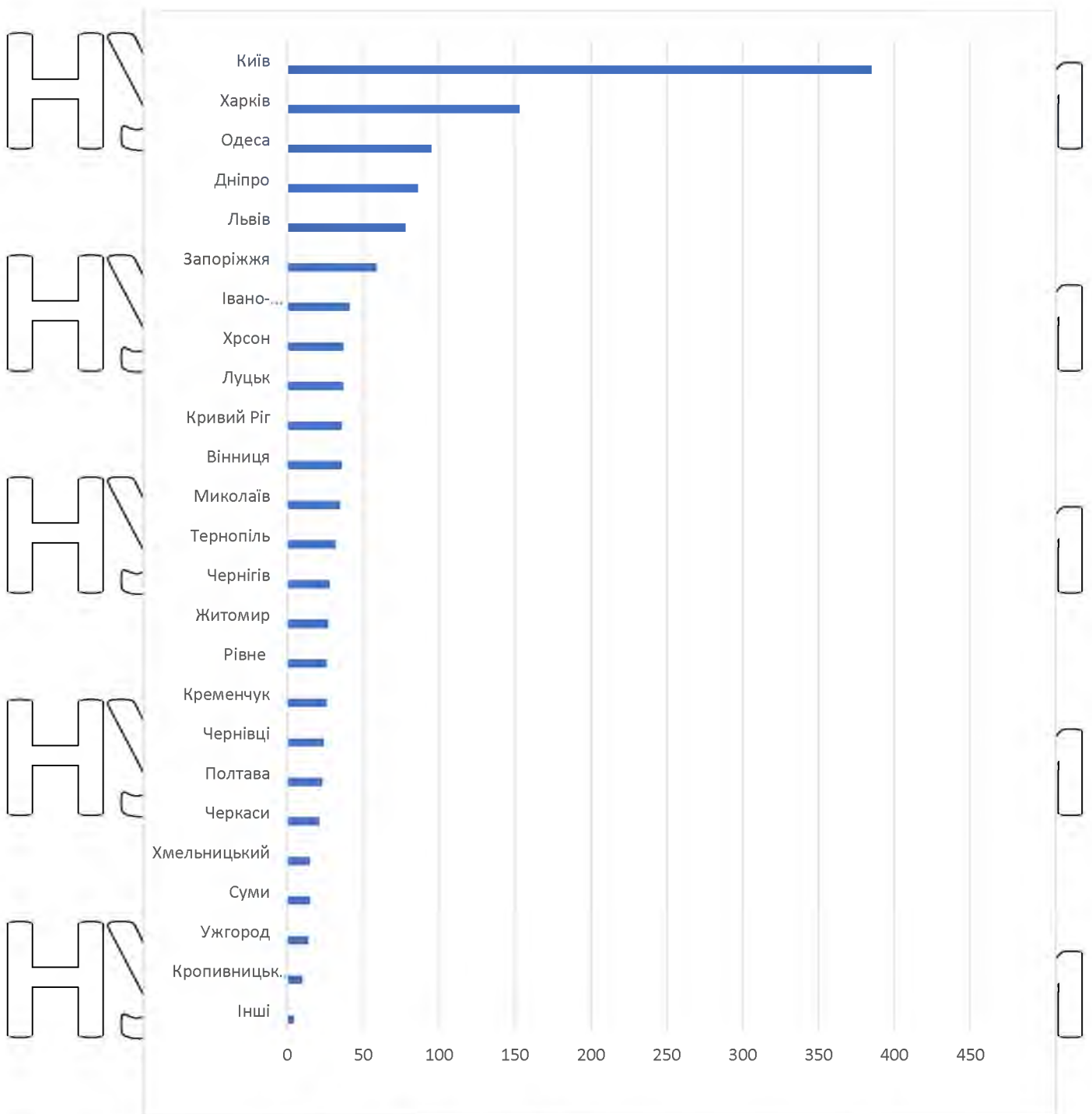


Рис. 1.1. Кількість фітнес-клубів у містах України

Лідерами ринку України протягом останніх років є FitCurves, SportLife, Малібу, АтлетіКо, Сафарі. Останній клуб витіснив PulseGym з лідируючих до цього позицій на 6-е місце.

## 1.2. Світовий досвід діяльності фітнес-центрів

Сучасний світовий тренд – здоровий спосіб життя. Тому фізичні вправи набирають популярності в усьому світі. На сьогоднішній день фітнес-індустрія поступається у світі лише високим технологіям за темпами розвитку, тому є успішним і перспективним сектором бізнесу [14; 15]. Завдяки швидкому зростанню ринок фітнес-послуг є дуже привабливим для інвестицій, а обсяг ринку з кожним роком зростає.

Ринкові зміни та глобалізація громадської спортивної інфраструктури часто призводять до нових подій, які мають як позитивні, так і негативні моменти. Тому ми вважаємо необхідним і необхідним використати наші знання для вивчення поточної ситуації та прогнозування перспектив розвитку ринку фітнес-послуг в різних країнах з метою підвищення потенціалу ринку оздоровчих послуг в Україні.

Усі програми фітнесу спрямовані на оздоровлення людини, тому фітнес дуже популярний у світі. У багатьох країнах зниження витрат на охорону здоров'я та вирішення проблем зі здоров'ям людини пов'язують із фізичною активністю в громадських спортивних програмах [15].

Міжнародна фітнес-індустрія зростає і розвивається по всьому світу. Так, між 2012 і 2016 роками спостерігалася відносна стабільність у порівнянні з іншими сферами. Для досягнення цілей дослідження ми проаналізували звітні документи Європейської асоціації фізичного виховання (European Association for Physical Education) та Міжнародної спортивно-оздоровчої асоціації (IHRSA) за 2014-2016 роки. Вони охоплюють європейські та міжнародні фітнес-зали та оздоровчі клуби, є одними з найбільш авторитетних у даній галузі, тому достовірність цих спостережень не викликає сумнівів. Згідно даних звітів, стає зрозумілим, що протягом останніх років на ринку фітнес-послуг було укладено найбільш договори, ніж в інших сферах. Таким чином, у 2016 році світова фітнес-індустрія отримала прибутку близько 75,6 млрд. дол. США, залучила приблизно 130 млн. людей, які займалися у 150 тис. фітнес-центрів. Кількісні

характеристики ринків фітнесу в основних країнах наведено в таблиці 1.2 (IHRSA, 2018 р.).

# НУБІП УКРАЇНИ

Таблиця 1.2.

## Характеристики фітнес-індустрії різних країн

Ринок	Дохід (\$)	Кі-сть клубів	Кі-сть відвідувачів
Сполучені Штати Америки	21 800 000 000	30 500	50 250 000
Велика Британія	6 236 000 000	5 900	10 760 000
Німеччина	5 330 000 000	7 600	7 900 000
Італія	4 252 000 000	6 000	4 200 000
Іспанія	4 030 000 000	4 650	6 390 000
Росія	1 653 900 000	3 300	1 700 000

Безумовно світовим лідером є Америка, де спостерігається збільшення прибутку до майже 22 млрд. дол. США, при наявності 30,5 тис. закладів, які відвідували понад 50,2 млн. членів клубів. Дохід 2017 року в США виріс на 16,1% порівняно з минулими роками, а кількість відвідувачів зросла на 6,8%. Що стосується продажу додаткових послуг, то вони зросли на 2,6%.

При дослідженні звітності виявлено 5 штатів у США, де спостерігається найбільша кількість фітнес-центрів – це у штатах Флорида, Каліфорнія, Техас, Нью Йорк та Пенсильванія. Проведений аналіз штатів з найбільшою кількістю членів фітнес-центрів виявив наступні: Масачусетс, Колорадо, Нью Джерсі, Іллінойс та Каліфорнія. Найрозповсюдженими і найбільш відвідуваними клубами у Сполучених Штатах є LA Fitness, Life Time Fitness, Planet Fitness and CrossFit, Equinox, 24 Hour Fitness, Curves, The Sports Club/LA, Crunch, Gold's Gym, YMCA, David Barton Gym, Anytime Fitness.

Німеччина займає лідируючу позицію на фітнес-ринку у Європі. В країні за минулий рік кількість користувачів послугами фітнес-центрів виросла більш ніж



на 5% і сягнула відмітки у 10 млн. не відстає від Німеччини і Великобританія, де 9,8 млн. відвідувачів, а також Франція – із 5,8 млн., Італія – 5,4 млн. і Іспанія із 5,3 млн. відвідувачів. З гочки зору покриття в країні фітнес-послугами, лідерами у загальноєвропейському рейтингу є Швеція, де фітнес-клуби відвідує майже 22% населення країни та Норвегія, де дані клуби відвідує кожен п'ятий. Що стосується Греції та Ірландії – тут спостерігається зниження надання послуг фітнес-індустрії на 10%. За даними досліджень IHRSA за 2018 р., сукупний світовий дохід надання фітнес-послуг у 2017р. сягав 80 млрд. дол. США, із функціонуванням майже 190 тис. закладів, які відвідували 150 млн. людей.

Детально на рисунку 1.3.

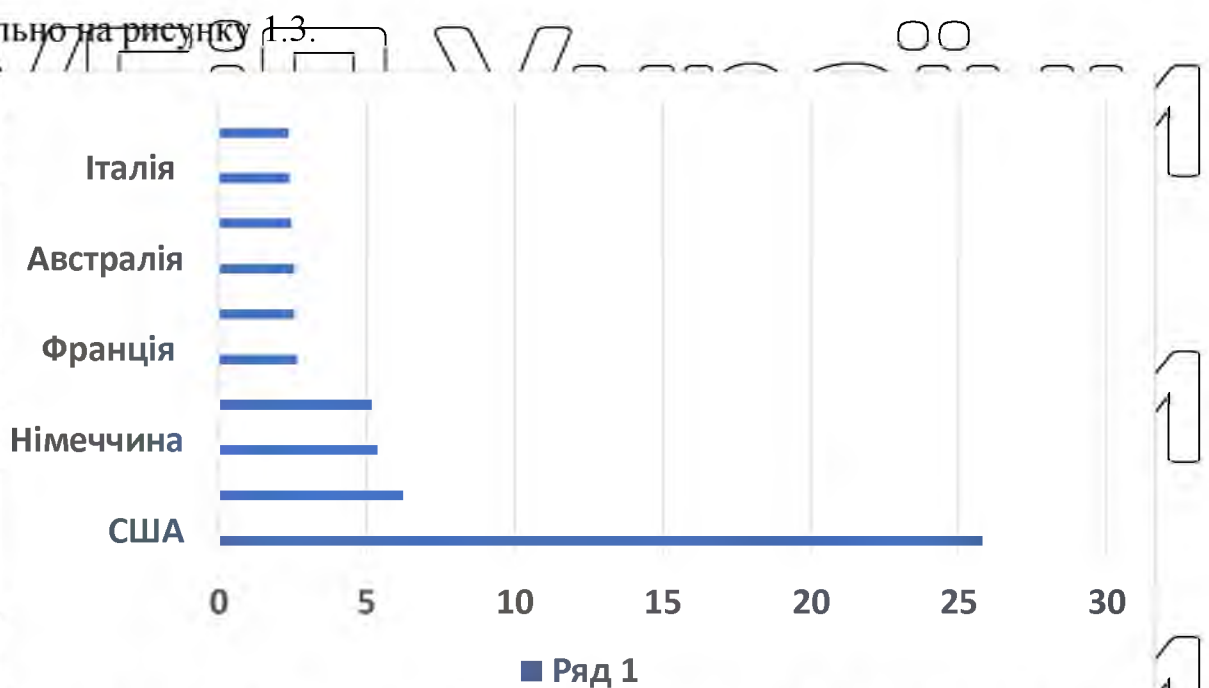


Рис. 1.3. Фітнес-індустрія по країнах світу

Що стосується України, то згідно з Європейським звітом по наявності кількості клубів, а також користувачів і обороту ринку не відстає, оскільки займатися фітнесом в Україні дешевше. Як для споживачів, так і для розвитку фітнес-індустрії загалом це явний прогрес. Водночас, існує реальна перспектива, що ситуація змінюватиметься у позитивний бік, адже, як з'ясувалося займатися у європейських фітнес клубах та оздоровчих закладах зросло на 5% до 60 млн. осіб (долю український складає 1,8%), а кількість об'єктів фітнес-центрів зростає на 3% до 60 тис. клубів. При цьому, десять найбільших європейських мереж збільшили свій оборот на 3,9% до 3 млрд. євро.





Рис. 1.4. Доля населення, які займаються фітнесом, у %

Звіт IHRSA також показує зростання ринку надання фітнес-послуг в п'ятнадцяти країнах Латинської Америки. Про це свідчить той факт, що їхній бренд у фітнес-індустрії отримав приблизно 7,6 млрд. дол. доходу в 2018 році за підтримки понад 46 тис. закладів. Серед лідерів – Бразилія, де 2,5% доходу, 19 000 клубів і 7 млн клієнтів. Друге і третє місця належать Мексиці і Аргентині відповідно. Маючи 18 тис. клубів і 14,5 млн. клієнтів, азіатська фітнес-індустрія у 2018 році отримала дохід приблизно в 15,6 млрд. дол. США. За даними Статистичної служби Австралії за 2018 рік, в Австралії та Новій Зеландії існує 3 тис. клубів з 2,4 млн. відвідувачів і ринковою вартістю приблизно 3,4 млрд. дол. США. Згідно з ринковими звітами, фітнес-сектор заробив понад 1,7 млрд. дол. США, а 1,3 млрд. дол. США у структурі ВВП країни належить фітнес-сфері (рис.

1.5) Проаналізована звітність по таких країнах Східної Європи як Росія, Туреччина та Польща показав, що дані країни входять до ТОП-10 найперспективніших країн у галузі фітнес-центрів. Варто відмітити, що саме в цих країнах, у порівнянні з країнами Західної Європи, спостерігається позитивний ефект зі зростання кількості відвідувачів фітнес-центрів. А Туреччина та Росія також мають хороші ринкові можливості з темпами проникнення (зростання) 2,5% та 1,8% відповідно. Але, якщо в одних країнах

фітнес – це дуже популярно, то у більшості східних країн, через національні традиції і правила, спостерігається застій у розвитку фітнес-індустрії.

# НУБІП УКРАЇНИ

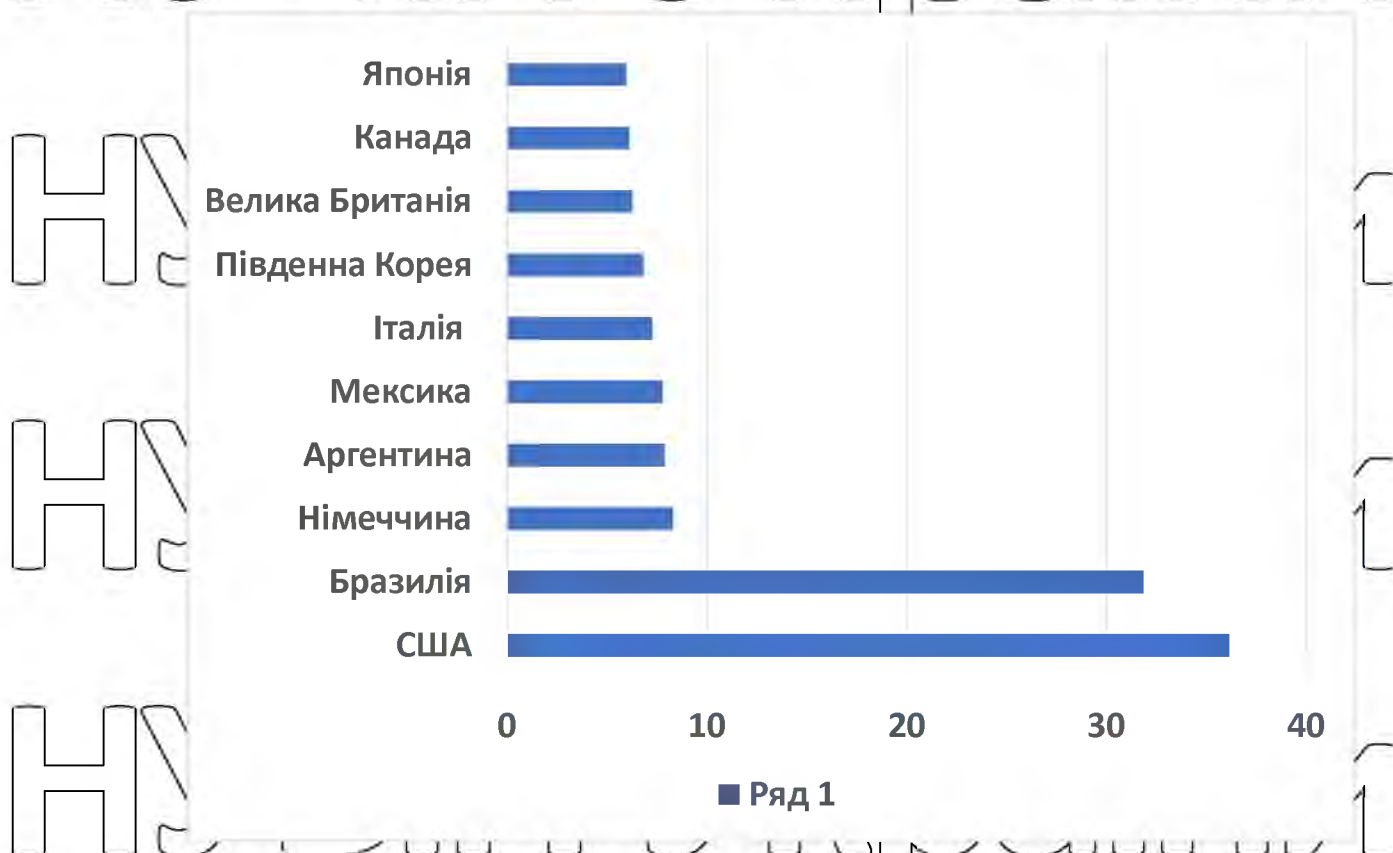


Рис. 1.5. Топ країн, на які припадає 70% від загальної кількості фітнес-центрів в світі

Тому, згідно з дослідженням фітнес-клубів у розкішних готелях ОАЕ, кількість арабів, як споживачів ледь досягає 50%, тому мета їх візиту до центрів є зміцнення їхнього здоров'я.

Незважаючи на те, що спорт у Китаї дуже популярний, популярність фітнес-закладів досить низька, оскільки близько половини всіх споживачів люблять відвідувати національні спортивні об'єднання, 40% – державні спортивні товариства неспдалік від дому і лише 5% – індивідуальні приватні центри. Найбільш популярні фітнес-мережі світу представлені у таблиці 1.6.

# НУБІП УКРАЇНИ

Таблиця 1.6

## Топ-20 найпопулярніших світових фітнес-мереж

McFIT	1 204 000
HealthCity/Basic-FIT	780 000
Virgin Active	598 000
Health&Fitness Nordic	565 000
Fitness First	464 000
David Lloyd Leisure	450 000
Fitness World	400 000
Sport City/Fit For Free	350 000
Pure Gym	300 000
Nuffield Health	297 000
Alex Fitness	290 000
Kieser Training	269 000
DW Sports	265 000
Clever Fit	252 000
Curves	242 000
INJOY	239 000
The Gym Group	225 000
Holmes Plase Group	201 000
Mrs. Sporty	209 000
ACTIC	205 000

## 1.3. Соціальна складова діяльності центрів з йоги та стретчингу

Коли ми аналізуємо цінності сучасного світу та пропагуємо такі фізичні вправи, як фітнес, ми бачимо, що «життя у стилі фітнес» є невід'ємною частиною сучасного життя. Поєднання в гармонії фізичних навантажень, правильної їжі, активного руху життя призводить до зрівноваженого психологічного стану людини, заспокоює людський дух, підвищує самопочуття, впливає на здоров'я як всередині, так і зовні.

Зростає й українська фітнес спільнота, але на жаль, відбувається це повільно. Проведені нами дослідження щодо розширення ринку фітнес-послуг та пов'язаного з цим гасла «життя у стилі фітнес» допомагають нам зробити наступні висновки:

1) враховуючи поведінку та цінності життя українців, які приймають участь у розвитку фітнес-послуг, звернемося до класифікації за А. Мітчелом. Згідно з нею, «життя у стилі фітнес» можна віднести до групи «стилів, зорієнтованих на ззовні», до якої входять три з дев'яти стилів життя, які виокремив дослідник: «ті, що приналежать до певного класу» – зосереджені на схваленні, а також сприйнятті їх іншими, «ті, що змагаються» – зосереджені на зрівнянні з успіхом і багатством інших та «люди успіху» – зосереджені на успішності, владі та прибутку [14];

2) глобалізаційні тенденції та розвиток міжнародної культури значною мірою впливають на поведінку при заняттях фізичними вправами. Тому заняття фітнесом в Україні розглядається у вузькому розумінні, тобто тільки як вдосконалення форм тіла;

3) під впливом сучасних маркетингових тенденцій, новітніх медіа-форм, відбувається «підміна понять»: такі цінності як здоров'я та гарне почуття відходять на другий план, поступаючись увазі до зовнішніх форм та стандартів;

4) якість та рівень життя, соціально-економічний розвиток суспільства, який визначає фінансові можливості населення суттєво звужують доступність фітнес-послуг для людей;

5) повинні бути розроблені на державному рівні конкретні механізми підтримки розвитку фітнес-руху. Так, боротьба з курінням, вживанням алкоголю, наркотиків зводиться до підтримання здоров'я нації і відповідно відбувається на рівні реформ в медицині, то що стосується фізичного здоров'я, повноцінного харчування та психологічної гармонії – тут лише на рівні концепцій. 31 серпня 2011 року Кабінет Міністрів України схвалив Концепцію Загальнодержавної цільової соціальної програми розвитку фізичної культури і спорту на 2012-2016 роки з бюджетом проєкту 32 млрд. грн. [16];

6) сама технологія фітнес-сфери є недосконалою, в якій багато суперечностей і неузгодженості з нашими реаліями. В Україні потрібно формувати фітнес-культуру на державному рівні.

7) географія розподілу фітнес-послуг є нерівномірною з переважанням надання послуг у великих містах;

8) відсутність належного спілкування між суб'єктами фітнес-індустрії такими як інструктори, спортсмени, спортивні асоціації, засоби масової інформації, представники фітнес-компаній тощо. Це негативно впливає на поширення даних послуг;

9) ідеї просування здорового способу життя в цілому просуваються в нашому суспільстві повільно. Це стосується і засобів масової інформації. Популярний образ фітнесу як виду спорту не поєднується зі здоровим способом життя.

Сучасні оздоровчі та фітнес-програми пропонують широкий спектр занять: водні види спорту, водні лижі, стретчинг або ходьба, аеробіка, велоспорт, аеробіка, аеробіка, футбол, аеробіка, парна йога, бокс і карате, вправи. Ця модифікація дозволяє підвищити міцність фітнес стрічки.

Сучасні вправи відрізняються за своїм впливом на всі види транспортних засобів, при цьому використовується різніми способами сприяти фізичній формі. Йога – ще один із сучасних видів фізичних вправ. Східні традиції прості. Відпрацювання різних асан (поз) під час занять змінює сучасне уявлення про вправи. Всі вправи зміцнюють м'язи і підвищують гнучкість. Фізична йога знімає біль, зменшує стрес, покращує силу та гнучкість тіла.

Фітнес-йога акцентує увагу на позах і активних рухах, моделях дихання та роботі м'язів. Він корисний для зміцнення серцево-судинної та дихальної систем. Краща координація, баланс і гнучкість.

Стретчинг – це окремі вправи на розтяжку. Він включає серію вправ для зміцнення м'язів і підвищення гнучкості. Вважається, що сучасна розтяжка бере свій початок у фізичних вправах, йозі та інших стародавніх західних практиках. Мета вправ на розтяжку - зміцнити нерви і змусити всі м'язи тіла нормально

працювати. Заняття розтяжкою дають вам красиві ноги, сильну спину, швидкість і спритність, навіть м'язи, які не працюватимуть на звичайних заняттях. Підходить для будь-якого віку та рівня навичок.

Соціальна складова центру йоги та стретчингу може бути представлена

різноманітними послугами:

- пробне безкоштовне заняття;
- родинна знижка 5% (за умови відвідування занять членами однієї родини);

- акція «Приведи друга» - отримай знижку 10% на наступний

- абонемент;
- знижка для студентів – за умови пред'явлення студентського квитка;
- знижка 5% на індивідуальне заняття;

- дні відкритих дверей для залучення нових клієнтів;

- безкоштовні лекції про здоров'я та семінари;

- найна зона – місце відпочинку після тренувань.

Більшість людей опозиціонують йогу з високими духовними практиками, але стоїть питання складності інтегрування їх у своє повсякденне життя. Тому,

варто пам'ятати, а головне, розуміти, що йога – це, насамперед, фізична

активність, яка допомагає зміцнити весь організм, вчить витривалості та підвищує гнучкість і рухливість всього тіла.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ



## РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ЦЕНТРУ ЙОГИ ТА СТРЕТЧИНГУ «АЙОГА»

### 2.1. Концепція, цілі та завдання проєкту

З точки зору ринкової економіки, досягнення сталого ринкового успіху вимагає попереднього планування, постійного збору інформації про середовище досліджуваного цільового ринку, своїх потенційних клієнтів і діяльність його прямих конкурентів на цих ринках. У той же час необхідні точні коротко- та довгострокові рішення не лише щодо матеріалів, праці, знань, а й з точки зору економіки, яка відіграє важливу роль на ринку. Щоб знати, як ефективно використовувати його під час роботи фінансових установ, важливо навчитися визначати джерела формування.

Сьогодні успіх компанії на ринку часто залежить від ефективності менеджменту та реалізації його найважливішої функції – стратегії. Це пов'язано з тим, що в умовах швидкої зміни економічної політики неможливо зробити позитивний вплив без планування та непередбачуваних результатів. Ця система дозволяє аналізувати майбутню бізнес-діяльність і надає точну інформацію в режимі реального часу.

Враховуючи те, що сучасні господарюючі суб'єкти перебувають у динамічному середовищі, яке характеризується високим ступенем невизначеності, викликані відсутністю повноти та точності інформації про безліч факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Внаслідок цього керівники кожного підприємства та підприємці зацікавлені у зниженні негативних наслідків впливу цих факторів. Тому особливе місце в системі внутрішньофірмового планування займає бізнес-планування, що реалізується в рамках загальної стратегії розвитку фірми (підприємництва), спрямоване на розробку проєктів випуску нових видів продукції та залучення необхідних фінансових коштів, а також для реалізації бізнес-ідеї.

Бізнес-план дає точну оцінку господарської діяльності компанії та є важливим інструментом для прийняття проєктних та інвестиційних рішень на основі ринкових умов. Він визначає найважливіші характеристики компанії,

аналізує проблеми та вирішує, як їх вирішити. Отже, бізнес-план складається з рівних частин розвідки, дослідження та проектної роботи.

Щоб створити бізнес-план, необхідно знати загальну мету бізнесу, особливо бізнес-план. При цьому вони ставлять загальні ділові та конкретні цілі, які є основою для оцінки успішності бізнесу.

Що стосується концепції проекту, то це початковий етап планування розвитку бізнес-ідеї проекту, який представляється керівнику проекту або інвестору, який оцінює потенціал бізнес-пропозиції. Метою оцінки є вибір найбільш привабливого проекту серед інших проектів [2].

Місія – це загальна мета проекту та конкретні потреби проекту. Він визначає рівень проекту, надає певні вказівки щодо цілей наступного рівня та визначає стратегії для різних рівнів організації.

Основними завданнями бізнес-плану є:

- Визначення конкретного напрямку діяльності фірми.
- Формулювання довготривалих і короткочасних цілей фірми.
- Вибір складу продукції.
- Оцінка кадрового потенціалу.
- Визначення маркетингових заходів з вивчення ринку, організації реклами, стимулювання продажів.
- Забезпечити життєздатність фірми в умовах жорсткої конкуренції.
- Оцінка ризиків і можливих труднощів.

Мета бізнес-плану полягає у відкритті центру йоги та стретчингу у місті

Ніжин з чисельністю населення понад 68 тисяч осіб.

Завдання бізнес-плану – сформувавши структуру бізнесу та визначити кількість ресурсів, які потрібні для його запуску.

Завдання проекту: організація роботи центру йоги та стретчингу, що надає можливість займатися йогою в просторому залі індивідуальними, груповими заняттями для населення міста з доходом вище середнього рівня.



## 2.2. Аналіз конкурентного середовища

Вивчення конкурентів – один із найважливіших компонентів дослідження ринку. Жодна компанія не може розпочати свою діяльність на ринку без попереднього комплексного (за всіма параметрами та факторами) вивчення своїх нинішніх та майбутніх, великих та малих, прямих та непрямих конкурентів. Для цього були використані відкриті джерела інформації такі як: спеціалізовані ЗМІ, довідники, каталоги, бази даних щодо юридичних осіб, галузеві портали та форуми. Крім цього я відвідала кожен йога студію конкурентів та оцінила її особисто.

Проведений конкурентний аналіз передбачав вивчення наступних параметрів:

- структура сегментів на ринку спортивно-оздоровчих послуг;
- розташування конкурентів;
- щільність населення, що припадає на одного конкурента;
- асортимент послуг, що пропонується конкурентами;
- сезонність попиту послуги конкурентів;
- цінова політика конкурентів.

Дослідження ринку йоги показало, що у Ніжині немає йога-студій. Окрім цього, напрям «йога» зустрічається у фітнес-клубах, танцювальних студіях.

Таким чином, основними представниками йога послуг є фітнес центри і танцювальні студії. Зупинимося на їх вивченні та розглянемо дані сегменти докладніше.

Даний ринок має хороші перспективи, так як у Ніжині він ще не перенасичений, а йога стає все більш популярною.

Основні конкуренти представлені на рисунку 2.1.

Аналіз розміщення конкурентів показав, що всі фітнес-центри та танцювальні студії розміщені в центральній частині міста.

Такий показник обґрунтовується тим, що жителі міста віддають перевагу відвідувати студії або поряд з житлом, або поряд із роботою. Якщо такої немає, то вони шукають студію в центрі, щоб було зручно добиратися.

В інших частинах міста йога студії відсутні зовсім, що робить ці райони привабливим для розміщення нового бізнесу.

НУВБІП України

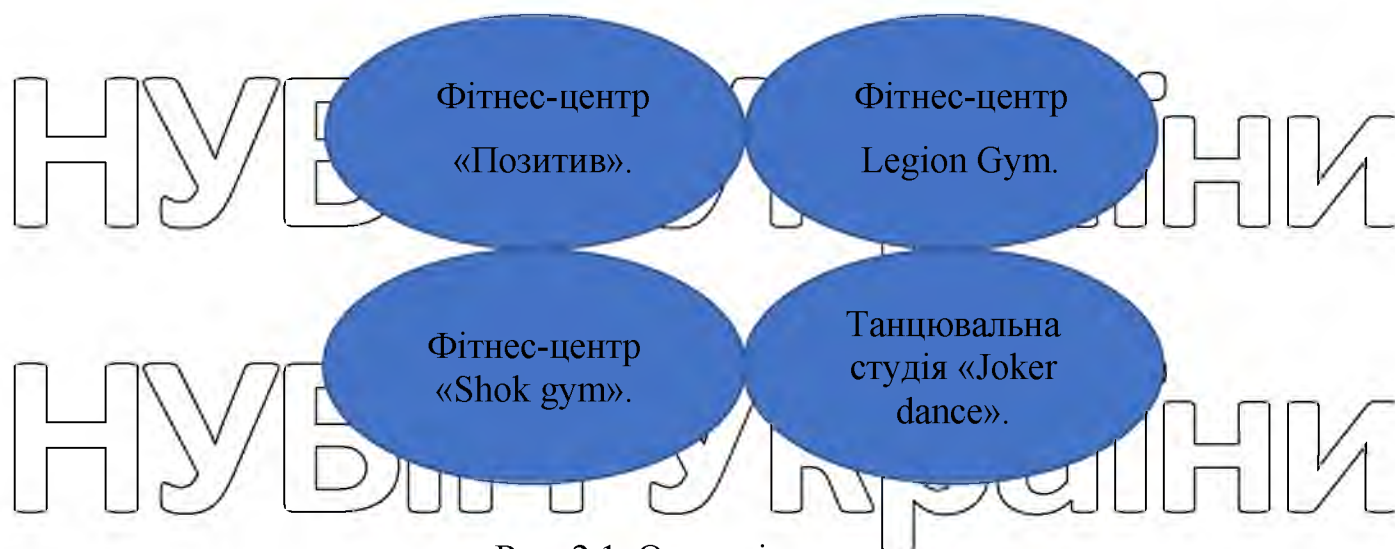


Рис. 2.1. Основні конкуренти на ринку

Таким чином, доцільним є відкриття нової йога студії в районі, що знаходиться в прилеглому до центральної частини міста, в якому йога студії відсутні зовсім.

НУВБІП України

Аналіз послуг, запропонованих конкурентами, показав, що в фітнес-центрах та танцювальних студіях Ніжина лідирують такі напрямки як Хатха-йога та Йога для початківців.

НУВБІП України

Таким чином, є підстави вийти на ринок із пропозицією таких напрямів, які вже популярні на поділок до тих, які рідко присутні в інших закладах.

Аналіз пропозиції конкурентів показав також характерну для цього ринку мінливість попиту. Залежно від пори року змінюється і кількість відвідувань у студіях, тобто спостерігається певна сезонність. Найменша кількість відвідувань йога студій помітна у літній сезон, коли основна частина мешканців міста їде у відпустку.

НУВБІП України

Аналіз цін конкурентів дозволив визначити середню у місті вартість заняття йогою, а також оцінити поріг найнижчої вартості послуги на ринку та найвищої.

НУВБІП України

Ціновий моніторинг показав, що вартість разових відвідувань занять йогою коливається від 250 до 400. При цьому у студій бувають знижки на перше заняття (приблизно 10% від повної вартості), або перше пробне заняття є безкоштовним.

Таким чином, на підставі проведеного конкурентного аналізу я прийшла до наступних висновків щодо відкриття нового бізнесу:

- необхідно забезпечити відмінну особливість від вищезазначених основних конкурентів, а саме – орієнтація виключно на йога-фітнес, та спеціалізоване приміщення на рівень вище;

- початкова ціна заняття при виході на ринок має бути на рівні нижче за середньоринкову для залучення клієнтів;

- необхідно забезпечити рівень кваліфікації персоналу не нижче, ніж у конкурентів.

Варіанти реалізації:

- оплата праці вище, ніж у конкурентів (для залучення інструкторів зі сторони);

- можливість самим навчати свій персонал і утримувати їх у складі кадрів (система навчання).

### **2.3. Організаційно-виробничий план проекту**

Під організаційним планом мається на увазі комплекс заходів, спрямований на забезпечення правових відносин між фірмою та органами влади, всередині фірми між адміністрацією та трудовим колективом. Для цього розробляється організаційна структура управління фірмою або проектом, і навіть розподіляються обов'язки між виконавцями. У рамках даної роботи організаційний план включає у собі опис:

1. Організаційної структури підприємства;
2. Вибраної організаційно-правової форми власності нового бізнесу;
3. Вибраної системи оподаткування;

# НУБІП УКРАЇНИ

4. Посадові обов'язки персоналу;

5. Системи оплати праці персоналу.

Для реалізації проєкту потрібно здійснити 5 етапів.

Таблиця №2.1

Діаграма Ганта

Етапи проєкту	Умови виконання	Строки виконання
Початок проєкту	-	1 рік
Реєстрація ФОП	-	2 місяці
Підписання інвестиційного договору	1 місяць	1-30 банківських днів
Отримання кредиту	Наявність відповідного пакету документів	30 календарних днів
Підбір приміщення для оренди	-	30 календарних днів
Купівля обладнання	Підписання інвестиційного договору	1-30 календарних днів
Найм персоналу	Отримання інвестиційних коштів	1-30 календарних днів
Навчання персоналу	Виробнича діяльність	30-40 календарних днів
Проведення маркетингової компанії	-	60 днів

Відкриття нової справи ми маємо почати з реєстрації, вибору форми власності і схеми оподаткування [11]. Перш за все необхідно оформити юридичну особу. Якщо обирати реєстрацію ФОП, яку проводить державний реєстратор, в орган реєстрації необхідно надати заповнену реєстраційну картку,

копію ідентифікаційного номера, та квитанцію про реєстраційний збір [13].  
Найбільш простий спосіб реєстрації ФОП – в електронному вигляді на порталі державних послуг Дія.

Для приміщення під центр йоги нам потрібна велика площа. Оренда приміщення у 200 кв.м. обійдеться у 25 000 грн за місяць.

Центр йоги та стретчингу «АЙога» буде надавати наступні види послуг:

Таблиця №2.2

**Перелік послуг**

Персональне заняття з йоги
Персональне заняття із стретчингу
Персональне заняття «Animal flow»
Персональне заняття із «Антигравіті-йога»
Персональне заняття «Онлайн-йога»
Персональне заняття «Йога для вагітних»
Персональне заняття «Йога для вагітних онлайн»
Групові заняття з «Хатха-йоги»
Групові заняття з «Лайт-йоги» (40+ років)
Групові заняття з «Антигравіті-йога»
Групове заняття з «Animal flow»
Групове заняття з «Онлайн-йоги»
Групове заняття з «Йоги для вагітних»
Групове заняття з «Йоги для вагітних онлайн»
Масаж

Організаційна структура підприємства – документ, схематично відбиває склад та ієрархію підрозділів підприємства. Організаційна структура визначає розподіл відповідальності та повноважень усередині організації. Графічно її, зазвичай, зображують як схему (рис. 2.2).

Коротко ми зазначили посадові обов'язки кожного із співробітників.

Менеджер центру йоги та стретчингу:

1. Здійснює загальне керівництво адміністративно-господарської та економічної діяльності йога студії.
2. Організує роботу персоналу йога студії.
3. Організує рекламу студії у засобах масової інформації з метою залучення клієнтів.



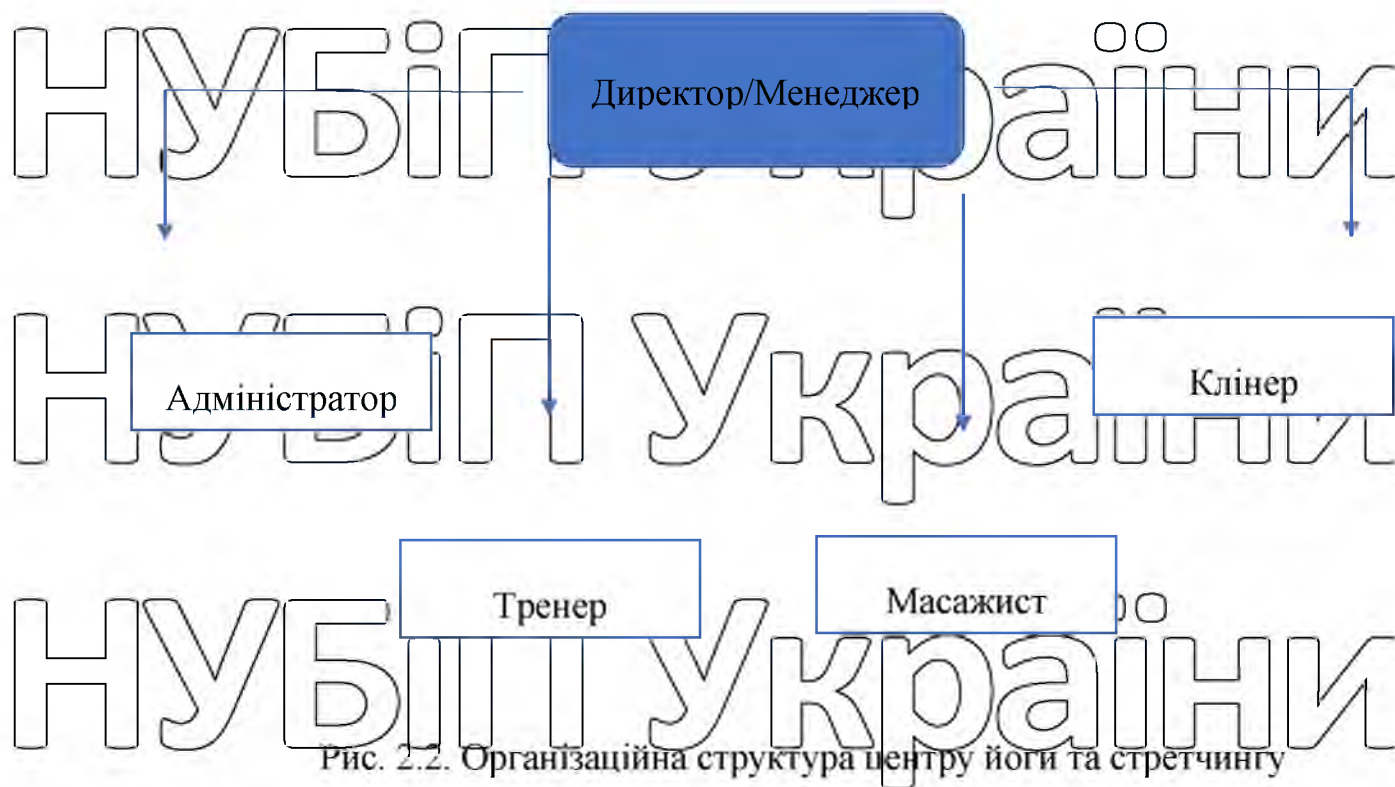


Рис. 2.2. Організаційна структура центру йоги та стретчингу

4. Вирішує всі питання діяльності студії у межах наданих йому прав щодо

витрачання фінансових та матеріальних ресурсів.

5. Забезпечує оснащення студії спортивно-технологічним, інженерним обладнанням, інвентарем, матеріалами та здійснює контроль за їх використанням.

6. Організовує своєчасний капітальний та поточний ремонт будівель, споруд, приміщень студії та обладнання.

7. Еживає заходів щодо забезпечення йога студії кваліфікованими кадрами, з найкращого використання знань та досвіду працівників; укладає трудові договори (контракти) із персоналом студії.

8. Здійснює контроль за суворим дотриманням персоналом студії техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки.

9. Визначає умови та укладає договори, пов'язані з діяльністю студії, організує контроль за їх виконанням.

10. Організує роботу інструкторського та адміністративного складу студії.

Тренер йоги та стретчингу:

1. Проводить заняття йогою у межах встановленого графіка роботи

2. Готує відвідувачів до занять йогою, здійснює контроль за станом клієнтів під час проведення заняття.

3. Використовує приватні методики йоги при різноманітних захворюваннях, які зачіпають опорно-руховий апарат, нервову систему та внутрішні органи. Також при захворюваннях ЛОР-органів, травмах, в період реабілітації після операцій, але при поєднанні з фізпроцедурами, вагітності, порушеннях в обміні речовин тощо.

4. Використовує методику лікувальної йоги у дітей та людей у літньому віці.

5. Проводить навчання фізичним вправам.

6. Дотримується вимог охорони праці та ТБ, гігієни праці. Також важливо дотримуватися протипожежної безпеки, так як йде використання приміщення і обладнання для занять йогою.

7. Надає долікарську допомогу при невідкладних станах.

Адміністратор:

1. Здійснює контроль за дотриманням санітарно-гігієнічних вимог, які існують під час занять йогою.

2. Забезпечує роботу, направлену на ефективне і культурне обслуговування клієнтів, створення для них максимально комфортних умов.

3. Консультує відвідувачів з питань наявності наявних послуг, проведенням спеціальним акціям, наявністю бонусних програм тощо.

4. Веде запис на заняття, інформує інструкторів про наявний запис, веде клієнтську базу.

5. Вживає заходів щодо запобігання та усунення конфліктних ситуацій. Для цього займається розглядом претензій та зауважень, пов'язаних з незадовільним обслуговування відвідувачів.

6. Інформує керівництво компанії про наявні недоліки в обслуговування відвідувачів, вживає заходів щодо їх ліквідації.

7. Виконує окремі доручення стосовно організації роботи безпосереднього керівника.

Клієнер:

1. Видаляє пил, підмітає та миє вручну або за допомогою машин та приєдосувачів стіни, підлоги, стелі, віконні рами та скла, дверні блоки, меблі та килимові вироби.

2. Чистить та дезінфікує унітази, раковини та інше санітарно-технічне обладнання.

3. Виконує окремі службові доручення керівництва.

На цій доповненій таблиці видно розширена інформація з приводу заробітної плати усім робітникам. А саме тепер, видно сума як і без податків, так і безпосередньо з доданим податком (20%), що дає нам більш детальну інформацію з приводу виплат.

#### 2.4. Аналіз цільового ринку. Маркетингова стратегія проекту

Не викликає сумніву те, що існує необхідність проведення аналізу споживчих переваг. Крім очевидної комерційної залежності успішності бізнесу

##### Розрахунок ФОП

Посада	Заробітна плата з вирахуванням податків	Заробітна плата	Кількість працівників	Оплата праці, всього
Тренер	10 140	13 000	5	65 000
Адміністратор	7 800	10 000	1	10 000
Масажист	7 020	9 000	1	9 000
Менеджер	11 700	15 000	1	15 000
Клієнер	5 070	6 500	1	6 500
<b>Итого</b>	<b>41 730</b>	<b>53 500</b>	<b>9</b>	<b>105 500</b>

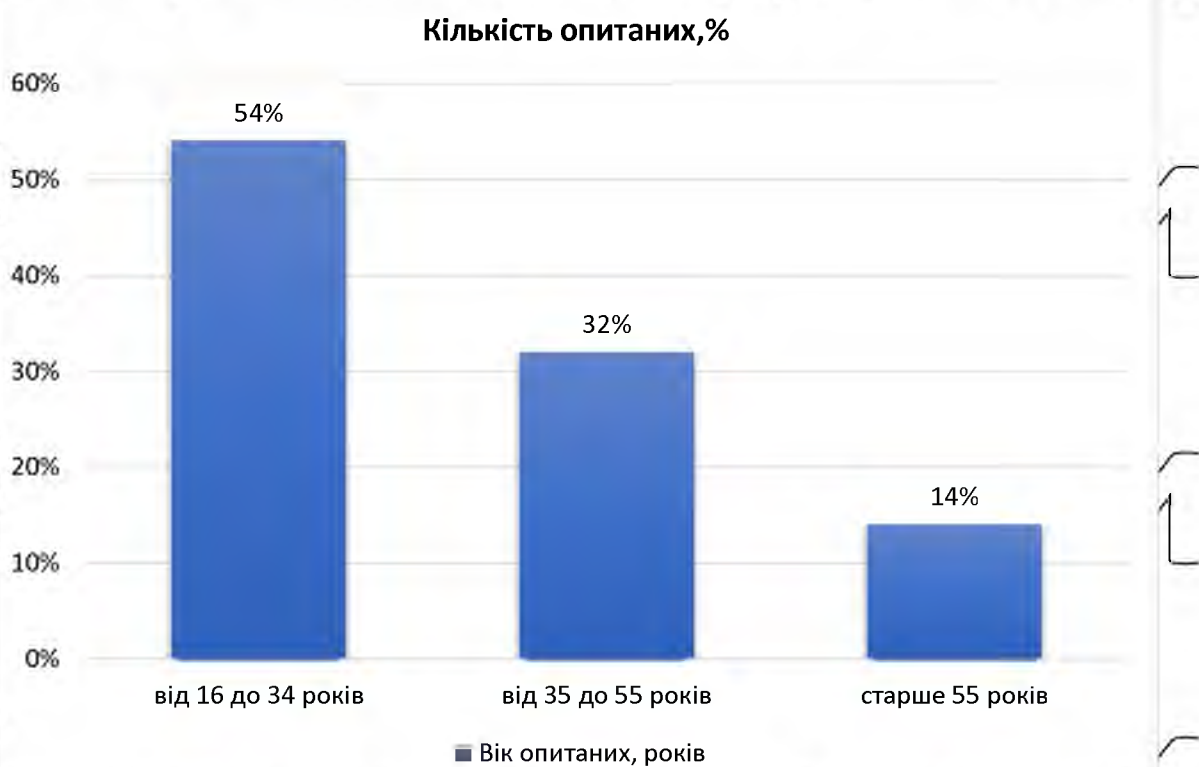
від точного знання потреб цільової групи, існують й інші напрями, де необхідні відомості про споживчі пріоритети, наприклад, сегментація цільової групи за перевагами. Така сегментація дуже виграшна з погляду диференціації пропозиції



послуг. З цією метою було складено портрет споживача, а також проведено аналіз його переваг, щодо послуг, що надаються його студіями.

Щоб почати займатися йогою, не потрібно ніякої фізичної підготовки, під час виконання вправ не потрібні ні тренажери, ні будь-яке інше спеціальне обладнання. Йога може бути ненав'язливим початком для іншого, більш інтенсивного тренування, а може бути самодостатньою дисципліною, якщо займатись, вдумливо підбираючи необхідні вправи. Тому йогою може займатись кожен незалежно від віку та статі.

Вважається, що йогою простіше освоювати жінкам через їхню меншу м'язову масу та більшу пластичність. Можливо тому серед тих, хто практикує йогою, більше жінок. Чоловікам легше дається етичний аспект практики, їм властиво докладати більше фізичних зусиль, але складніше розслабитись. Це стосується віку, коли краще починати займатися йогою, то починати рекомендується якомога раніше: з віком важче урізноманітнити практику, робити її більше інтенсивною. Тому серед практикуючих переважає молодь та люди до 35 років (рис. 3.3).



Вис. 3.3. Вік людей, практикуючих йогою

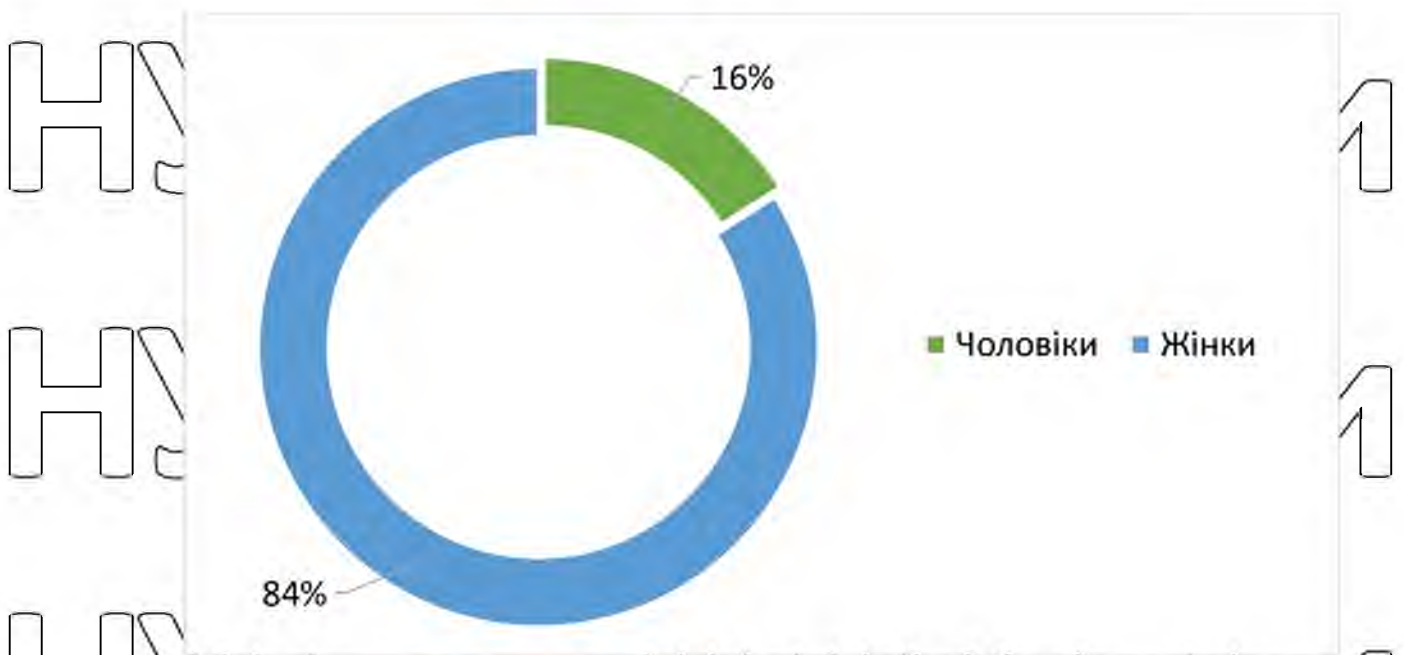


Рис. 3.4. Стать людей практикуючих йогу

Що стосується регулярності та часу відвідування йога студій, то більшості опитаних найзручніше займатися у другій половині дня з регулярністю 2-3 рази на тиждень.

Таким чином, за результатами всіх проведених опитувань, було складено портрет цільового споживача (рис. 3.5)



Рис. 3.6. Аналіз споживачів

Саме на даний тип споживача буде орієнтована студія йоги.

План маркетингу – це перелік тактичних заходів, що дозволяють покращити становище підприємства на займаних сегментах ринку. Результати дослідження ринку, представлені у попередніх розділах – це база для розробки маркетингової та цінової стратегії підприємства, а також його поточної політики.

У цьому розділі план маркетингу включає:

- вибір найбільш вигідного географічного розташування нового бізнесу;

- вибір найбільш вигідного асортименту послуг, що пропонуються його студією;

- визначення найоптимальнішого режиму роботи;
- вибір найвигіднішої цінової політики для виходу на ринок;

- визначення рекламної стратегії та витрат, пов'язаних з її реалізацією;
- прогноз передбачуваного обсягу виручки.

Маркетинговий план повинен також враховувати організаційні та фінансові аспекти діяльності підприємства, що впливають на можливість виконання маркетингового плану.

Для того, щоб розпочати новий бізнес для цього необхідно чітко розуміти, де він буде розташований. Для вибору місця відкриття студії було проведено аналіз розміщення конкурентів по всіх районах Ніжина.

Нову його студію планується відкрити в районі, що розвивається – по вулиці С.Проценка. У даному районі в основному проживають сімейні пари з дітьми, а також студенти, які винаймають квартиру недалеко від університету. І ті, і інші групи населення входять до основного кола споживачів послуг його.

Цей район привабливий також тому, що він знаходиться неподалік центру міста, але у свою чергу є тихим та спокійним місцем. Також у цьому місці є велика кількість площ, що здаються в оренду, які найкраще підходять для нової його студії: високі стелі, великі вітражні вікна, близькість до зупинки. На додачу дані приміщення мають свіжий ремонт та нове оздоблення, що дозволить значно знизити витрати як часу, так і грошей на здійснення додаткового ремонту приміщення. Крім вищеперелічених переваг, головною перевагою цього району

є відсутність у ньому конкурентів – інших йога-студій чи великих фітнес-центрів.

Для того, щоб залучити в нову йога студію клієнтів, необхідно зацікавити їх запропонованими послугами, тобто вибрати грамотну асортиментну політику.

Як основний стиль йоги пропонованою студією буде Хатха-йога – найпопулярніший стиль серед споживачів. На ньому базуватимуться наступні напрямки, які пропонують йога студією:

- стретчинг;
- Хатха-йога;
- Animal flow;
- Антигравіті-йога;
- Онлайн-йога;
- Йога для вагітних;
- Лайт-йога.

Розглянемо кожне з напрямків детальніше.

1. Стретчинг - це один із різновидів фітнесу, основний напрямок якого розтяжка всіх груп м'язів, а також на розвиток гнучкості і еластичності.

2. Хатха-йога - це різновид практик, які поєднують асани, дихальні вправи та концентрацію уваги. «Ха» і «тха» - «сонце» і «місяць». Практика хатха-йоги направлена на те, щоб не тільки поєднати, а й об'єднати або збалансувати ці дві енергії для здоров'я розуму та тіла.

3. Animal Flow – не схожит ні на які інші формат тренувань. За рекомендаціями фахівців, його необхідно включати в програму всім для зміцнення постави, розвитку гнучкості, м'язів. Також для відновлення після найбільших по навантаженню занять. Animal Flow – це поєднання елементів йоги з бойовими мистецтвами та імітацією «рухів тварин».

4. Антигравіті йога (antigravity yoga) – це відносно нова фітнес-програма, яка характерна поєднанням різних фітнес технік і стилів, запозичених в інших напрямків.

5. Заняття антигравіті фітнесом проводяться з використанням спеціального підвісного гамака. Це дає неймовірне почуття ширяння в повітрі, а також відчуття невагомості та розслаблення.

6. Онлайн-йога – призначена для тих, хто не бажає чи не може відвідувати заняття в центрі. Це можливість дбати про свій імунітет та здоров'я там де Вам зручно.

Йога для вагітних (пренатальна, перинатальна, або прасу-йога) це спеціальні комплекси фізичних та дихальних вправ, покликані підготувати тіло жінки до пологів. В області пренатальної йоги немає єдиної школи, але є багато

методик, розроблених, як правило, жінками-йогами під час вагітності. Відома система перинатальної йоги Франсуази Фрідман, яка розроблена на базі Кембриджського міжнародного центру Birthlight.

8. Лайт-йога – курс для тих, хто завжди хотів пізнати та навчитися йозі. Даний вид фітнесу спрямований на людей старшого віку. На перших заняттях вам показують найпростіші вправи. Під час курсу ви поступово прогресуєте та крок за кроком відкриваєте собі чудовий світ йоги.

Регулярні заняття для звичайних клієнтів планується проводити три рази на день у кожному класі: одне ранкове заняття та два вечірні. Заняття вдень планується проводити залежно від попиту (за попереднім записом).

При відкритті нової йога студії буде обрано цінову стратегію «орієнтування на ціни конкурентів». У цьому випадку ціна разового відвідування буде встановлена на основі нижче рівня середньої ціни на ринку.

При відкритті нової йога студії необхідно проводити грамотну рекламну політику, щоб залучити якнайбільше клієнтів. Найбільші вкладення в рекламу будуть припадати на передстартовий період та перший рік функціонування студії йоги.

До моменту відкриття йога студії необхідно замовити розробку сайту, купити хостинг та доменне ім'я для сайту. Сайт – це візитна картка йога-студії, на якому буде відображено всю інформацію: опис, контактна інформація, інструктори, розклад, фотографії залів та ін. Крім цього, будуть створені



спільноти в Instagram та обліковий запис у Facebook, в яких будуть публікуватися новини центру йоги та стретчингу.

Планується в день відкриття організувати невеликий фуршет для співробітників і гостей студії йоги. Попередньо слід анонсувати цей захід у локальних ЗМІ, у соціальних мережах тощо.

Таким чином, при здійсненні всіх умов маркетингового плану студія здатна не лише увійти на ринок, як новий гравець, а й надалі закріпитися на ньому, маючи у складі своїх особистих викладачів та постійний потік клієнтів.

## 2.5. Фінансова оцінка проекту

Необхідно зрозуміти якою мірою даний проект здатний генерувати грошовий потік покриття своїх зобов'язань. Для цього в цьому розділі ми докладно розглянемо витрати та доходи, спрогнозовані для даного бізнесу.

У даному проекті передбачені щомісячні постійні витрати (ті, що при знешненні/збільшенні обсягів виробництва залишаються не змінними) та змінні витрати, де навілаци їх розмір залежить від обсягів виробництва [15].

Спрогнозуємо відтоки коштів, які виникатимуть у підприємства у процесі поточної діяльності. Для початку перерахуємо всі витрати, які нестиме йога

студія:

- витрати на рекламу;

- витрати на оплату праці;

- витрати на оплату оренди;

- витрати на оплату комунальних платежів;

- обслуговування кредиту;

- інші

Виглядають вони наступним чином:

Як ми бачимо за наступним рисунком, найбільші витрати припадають на зимові місяці.

Таблиця 2.3.

## Прогноз витрат

Прогноз витрат	всі розрахунки у грн
<b>Статті витрат</b>	<b>Всього</b>
<b>Змінні витрати</b>	<b>102 125</b>
Оплата за водопостачання	45 380
Оплата електроенергію	56 745
<b>Постійні витрати</b>	<b>6 187 786</b>
Оплата праці	3 798 000
ЄСВ	835 560
Оплата за опалення	81 106
Бренда	900 000
Непередбачувані витрати	72 000
Витрати на рекламу в інтернеті	262 080
Витрати на рекламу по TV	131 040
Витрати на внутрішню рекламу	108 000
Амортизація	104 203
<b>Итого</b>	<b>6 289 911</b>
<b>Итого с учетом амортизации</b>	<b>6 394 114</b>

## Динаміка витрат

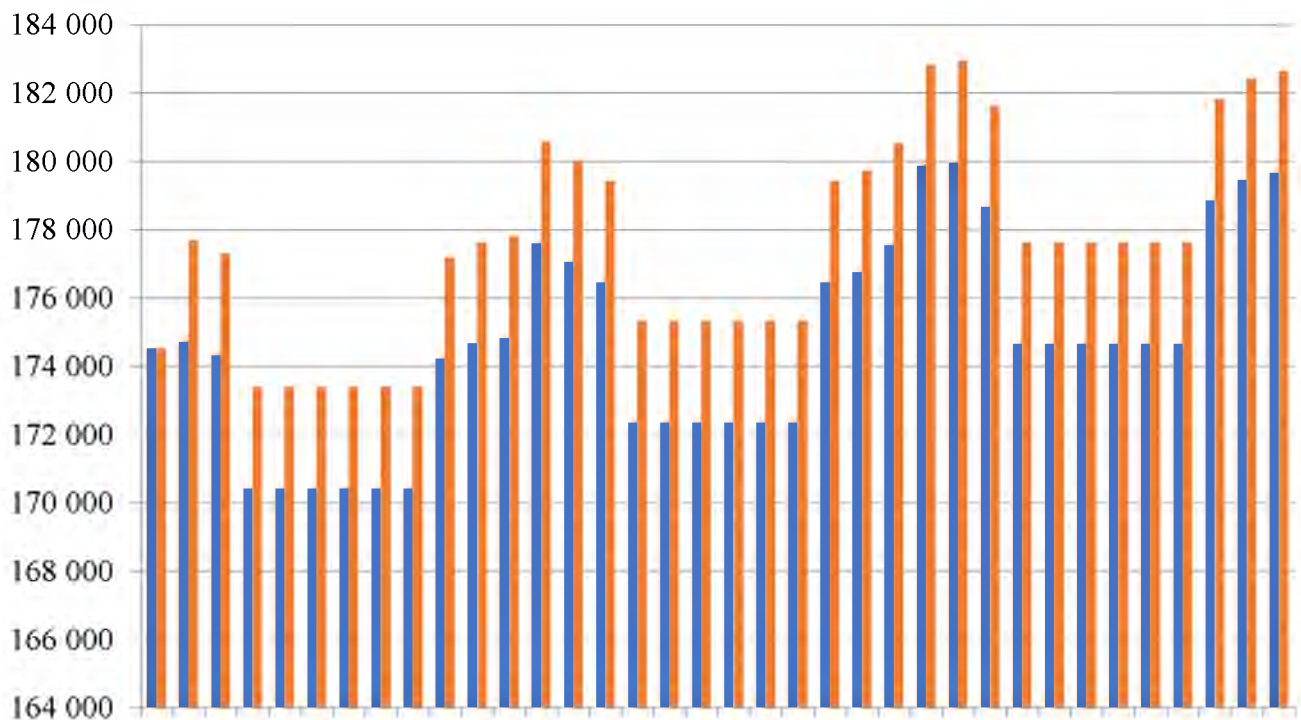


Рис. 2.7. Динаміка витрат по місяцях

## ДИНАМИКА ВИТРАТ

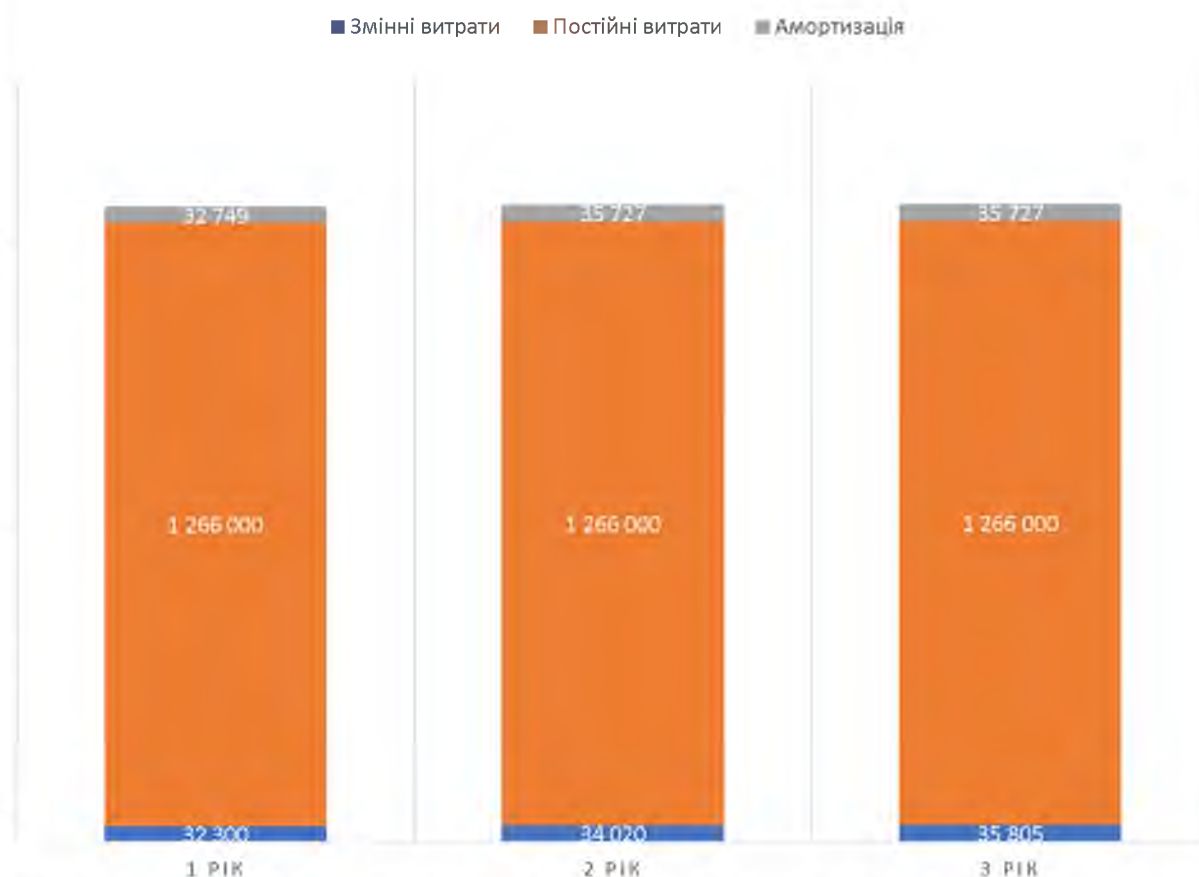


Рис. 2.8. Статистика витрат за рік

А на цьому рисунку ми бачимо загальну структуру затрат на підприємстві за 5 років.



Рис. 2.9. Структура затрат



Таким чином, з розрахунків видно, що проект є економічно ефективним і фінансово реалізованим на всіх етапах його реалізації поза залежністю від обраного варіанта фінансування.

## 2.6. Інвестиційний план: джерела фінансування проекту та цільове спрямування інвестицій

Для того, щоб визначити необхідну величину фінансування проекту, необхідно спочатку розглянути інвестиційний план проекту. Цей розділ містить опис основних напрямів інвестицій та розрахунок величини необхідного фінансування для реалізації інвестиційного плану.

Для визначення основних напрямів інвестицій, необхідних для відкриття центру йоги та стретчингу, потрібно перш за все чітко розуміти, якими характеристиками вона повинна бути представлена.

Характеристики йога студії:

- просторе приміщення, що добре провітрюється;
- наявність килимків для заняття йогою;
- наявність спеціального додаткового обладнання для занять (цегла, ремені, пледи та болстери);
- наявність роздягальні та місця для зберігання речей;
- наявність душових.

Перейдемо конкретно до інвестиційного аналізу нашого створеного проекту.

Таблиця 2.5  
Інвестиційний аналіз (простий термін окупності)

Грошові потоки без урахування схеми фінансування	Всього
Грошовий потік за проектом	1 643 236
Інвестиції	306 231
<b>Грошовий потік накопиченим ітогом</b>	<b>1 643 236</b>
Розрахунок простого терміну окупності	5

З цих даних можна побачити, що проект, за весь його період існування буде окупним.

# НУБІП України

НА

НА

Дисконтований грошовий потік, грн



Рис. 2.9. Дисконтований грошовий потік

З цього графіку видно більш детальну інформацію з приводу доходів проекту.

# НУБІП України

Таблиця 2.6

Інвестиційний аналіз (дисконтований термін окупності)

Дисконтированые денежные потоки	Итого
<i>Коефіцієнт дисконтування</i>	
<i>Дисконтований грошовий потік</i>	1 285 050
<i>Дисконтовані інвестиції</i>	302 479
<b>Дисконтований грошовий потік, накопиченим підсумком</b>	<b>1 285 050</b>
<i>Розрахунок дисконтованого терміну окупності</i>	5

# НУБІП України

## ДИСКОНТОВАНИЙ ГРОШОВИЙ ПОТІК НАКОПИЧЕНИМ ПІДСУМКОМ, ГРН

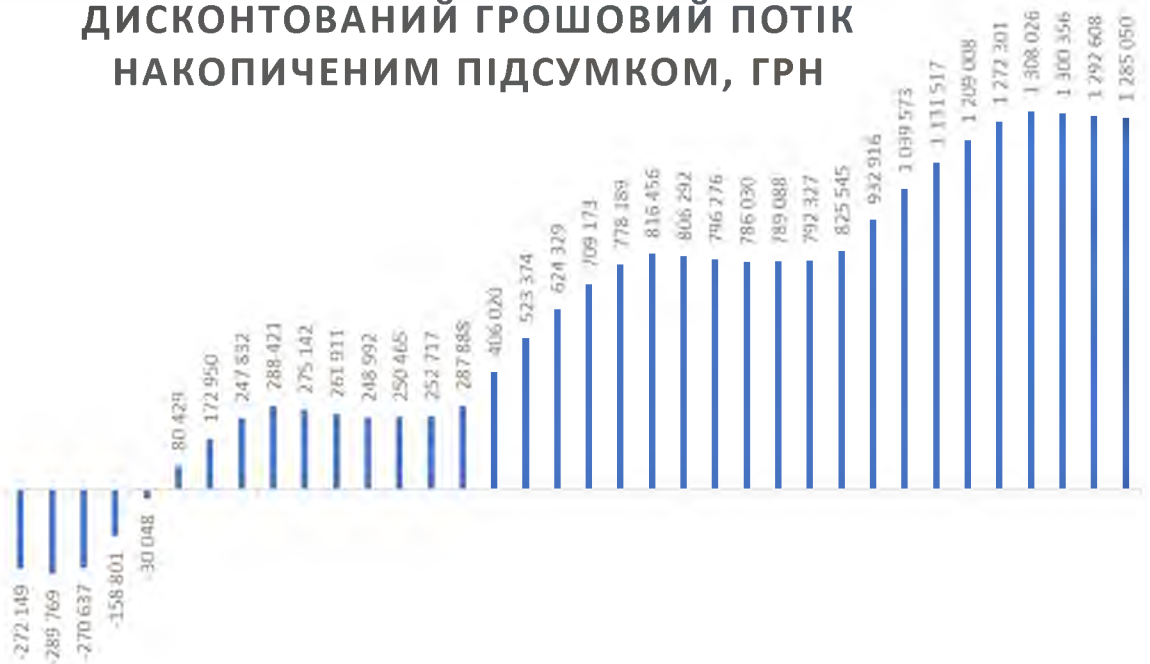


Рис. 2.10. Дисконтований грошовий потік накопиченим підсумком

Таблиця 2.7

### Загальна інформація прибутковості проекту

Норма дисконту	15,0%
Ставка дисконту, % на міс.	1,2%
PВ (Простий термін окупності), міс.	5
PВ (Простий термін окупності), роки	0,4
DPВ (Дисконтований термін окупності), міс.	5
DPВ (Дисконтований термін окупності), роки	0,4
PI (Індекс доходності за проектом)	5,25
Доходність за проектом	4,25
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	20,13%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	803,4%
NPV (Чистий дисконтований дохід)	1 285 050
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	3 167 940

Тут ми бачимо усю інформацію, сформовану в невелику таблицю і ще раз переконуємося, що з витратами на даний момент наше підприємство чекає зріст грошових коштів у найближчому майбутньому.

# НУБІП України



Таблиця 2.8.

## Термінальна вартість бізнесу

Чистий грошовий потік, рік	499 020
Довготерміновий темп росту	1,0%
Термінальна вартість бізнесу	1 882 890
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням продажу бізнесу	3 167 940

Таблиця 2.9.

## Критерії ефективності проекту

Критерії ефективності проекту	Значення
Чистий дисконтований дохід	більше 0
Індекс дохідності	більше 1
Доходність за проектом	більше 0

Тепер перейдемо до такого пункту нашого проекту як його специфічні ризики:

Таблиця 2.10.

## Специфічні ризики підприємства

Специфічні ризики	Поправка на ризик, %
Вплив держави на тарифи	1,00%
Зміна цін на сировину, матеріали, енергію, комплектуючі, оренду	0,20%
Управлінський ризик власника / акціонерів	1,00%
Вплив ключових постачальників	0,50%
Вплив сезонності попиту на продукцію	0,10%
Умови залучення капіталу	0,30%
<b>Разом, поправка за специфічний ризик:</b>	<b>3,10%</b>

## 2.7. SWOT-аналіз підприємства

Для розробки маркетингової стратегії просування послуг центру йоги та стретчингу, доцільно використовувати SWOT-аналіз. Даний вид аналізу є систематизованою інформацією, за допомогою якої можна приймати виважені рішення щодо просування центру на ринку. SWOT-аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони організації, можливості та загрози для просування підприємства на ринку. Сильні сторони представляють переваги підприємства, які роблять його переважаючим на ринку з ідентичними послугами інших студій та центрів. Слабкі сторони характеризують вразливість на ринку та нестійке становище на ньому. Можливості підприємства – це перспективні напрямки та вдосконалення підприємства на ринком. Загрози – це передбачувані фактори, що можуть виникнути та ускладнити ситуацію перебування підприємства на ринку [33].

SWOT-аналіз центру йоги та стретчингу «АЙога» представлений у додатку

А. SWOT-аналіз дозволив виявити сильні сторони підприємства:

- широкий спектр послуг;
- висока кваліфікація тренерів;
- вигідне географічне положення;
- можливість запропонувати клієнту індивідуальне чи групове заняття та онлайн-тренування;
- можливість користування послугою незалежно від віку;
- переваги перед конкурентами в ціні.

Розглянемо детальніше сильні сторони центру йоги та стретчингу.

1. Центр йоги та стретчингу «АЙога» пропонує більше 7 напрямків занять для різних вікових категорій та людей з різним рівнем фізичної підготовки.

2. Тренери, які освоїли безліч майстер-класів і мають великий досвід роботи у сфері фітнес-індустрії, зможуть без шкоди для здоров'я навчити сновних технік йоги.

3. Центр йоги та стретчингу розміщений біля центральної частини міста, має гарну транспортну розв'язку, що є перевагою перед конкурентами.

4. Всі тренери проводять групові та індивідуальні заняття, а також заняття у дистанційному форматі (онлайн-заняття з йоги).

5. Групи, які розраховані на різні вікові категорії.

6. Серед наявних фітнес-центрів ціни на послуги значно вищі ніж запропоновані нашим центром йоги та стретчингу.

SWOT-аналіз дозволив виявити слабкі сторони організації:

- нерозширена організаційна структура;

- відсутність філії,  
маловідомий серед споживачів

Перейдемо до детального опису слабких сторін

1. Складність ведення бухгалтерії, нерівномірність розподілу обов'язків серед співробітників центру.

2. Так як місто знаходиться ближче до центральної частини міста, то виникають складнощі для потенційних клієнтів з віддалених районів Ніжина.

3. Через новизну на ринку фітнес-послуг міста, центр йоги та стретчингу не буде популярним серед споживачів на початковому етапі функціонування.

Розберемо наступну складову, яка дозволяє оцінити позитивні фактори, що впливають на перспективний розвиток центру йоги та його існування на ринку фітнес-послуг. Можливостями центру йоги та стретчингу «АЙога» виступають:

- збільшення народжуваності в останні 10-15 років;
- збільшення затребуваності попиту на професійних тренерів;
- вільний час в залах.

Розглянемо можливості центру більш детально.

1. Цей фактор призведе до збільшення потенційних клієнтів у майбутньому та збереження попиту в даний час.

2. Останні декілька років все більшої популярності набирає здоровий спосіб життя, під яким розуміється заняття у тренажерному залі, тренування у фітнес-центрах, правильне харчування; майже кожен захоплений даною тенденцією клієнт веде профіль у соціальній мережі, показуючи результати, яких він досяг, посилаючись на місце, де він займається, вказуючи тренерів та кураторів.

3. Йога починає користуватися великим попитом серед споживачів, через це виникає потреба у висококваліфікованих тренерах.

4. Буває час, коли у залах центру немає занять та тренувань, це велика можливість для залучення нових аудиторій, відкриття нових напрямів та підвищення конкурентоспроможності в цілому.

Проаналізуємо останній пункт SWOT-аналізу, що дозволяє виявити чинники, що перешкоджають просуванню організації. Загрозами для центру йоги та стретчингу «АЙога» можна назвати:

- зростання можливостей в інтернеті;
- підвищення оплати оренди;
- збільшення конкуренції.

Розглянемо загрози, які впливають на центр йоги та стретчингу, детальніше.

1. В даний час дуже популярні відео-уроки, розміщені на різних сайтах та у соціальних мережах; даний фактор потенційно зменшує кількість клієнтів, оскільки дає можливість навчитися йога-практикам або прокачати своє тіло, не виходячи з дому.

2. Економічна ситуація може призвести до того, що підвищаться комунальні платежі, податки тощо, відповідно, буде збільшено орендну плату за приміщення для тренувань.

3. Популярність до здорового способу життя та танців може призвести до того, що кожен, хто має небагато фінансів для початкових вкладень та досвід у фітнес-індустрії, відкриватиме свій центр чи школу, збільшуючи вибір для потенційних клієнтів.



Результати проведеного SWOT-аналізу дозволили виявити сильні та слабкі сторони організації, а також можливості та загрози на ринку.

Таким чином, на підставі проведеного SWOT-аналізу можна визначити основні цілі, пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності центру йоги та стретчингу:

- відкриття нового напрямку;
- збільшення зайнятості залів;
- активна позиція в Інтернеті.

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

## ВИСНОВКИ

У ході виконання магістерської роботи було проведено аналіз ринку спортивно-оздоровчих послуг, зокрема послуг йога студій, який показав, що культура йоги, як в Україні, так і у світі, динамічно розвивається, незважаючи на досить надмірну пропозицію фітнес-послуг. Загальносвітова популярність цієї послуги зростає рік у рік, що дає можливість та відкриває перспективи для реалізації описаного вище проєкту.

Аналіз конкурентів показав, що відкриття такого підприємства у Ніжині є можливим, тому що на ринку є всього три великих гравці. Також обґрунтуванням того, що у нас є можливість для відкриття підприємства, є те, що основні конкуренти не мають необхідних характеристик йога студій на належному рівні, і в основному всі зосереджені одному районі.

Потенційними клієнтами центру йоги та стретчингу є мешканці м. Ніжина та прилеглих районів від 30 до 50 років, які мають середній та високий щомісячний дохід.

Отже, на основі виконаного дослідження можемо зробити наступні висновки:

1. Основою управління капіталом центру йоги та стретчингу «АЙога» є управління нашими власними фінансовими ресурсами. З метою забезпечення ефективності управління потрібно розробити спеціальну фінансову політику. Утворити капітал ми можемо двома шляхами: внесенням власних коштів та активів у підприємство, або накопиченням суми доходів на підприємстві;
2. Виконаний розрахунок фінансового плану показує, що при своєчасному отриманні необхідних засобів і організації робіт за проєктом відповідно до розрахункових проєктувань капіталовкладення окупляться протягом терміну проєкту;
3. Даний сервіс покликаний задовольнити досить широкую цільову аудиторію споживачів, що дозволяє робити позитивні прогнози.

4. Запропонований проєкт забезпечує досягнення високих економічних показників діяльності. Реалізація цього проєкту дозволить створити ефективно діючий бізнес;

5. У розробленому проєкті розраховане значення IRR відповідає необхідній нормі рентабельності, яка визначається інвестиційною політикою компанії і підтверджує ефективність інвестиційного проєкту та його низьку ризикованість, а виконаний розрахунок фінансового плану показує, що капіталовкладення окупляться і проєкт не буде збитковим;

6. Створення та розвиток фінансової ресурсної бази, яка необхідна, є важливою умовою зростання нашого підприємства, а облік руху власного капіталу потребує особливої уваги, так як ця частина найбільш схильна до змін. Таким чином, завдання випускної кваліфікаційної роботи були виконані в повному обсязі, а саме:

- розглянуто теоретичні засади бізнес-планування;
- проаналізовано основні тенденції розвитку спортивно-оздоровчих послуг;
- проведено аналіз основних конкурентів;
- проведено аналіз споживачів;
- розроблено план маркетингу,
- складено організаційний, інвестиційний та фінансовий плани;

Після написання бізнес-плану, можна дійти висновку, що реалізація бізнес-плану відкриття йога студії найімовірніше матиме успіх.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чернявська О. Фітнес як стиль життя: особливості розвитку в Україні (на прикладі мегапелісів). Український соціологічний журнал: веб-сайт. URL:

<https://periodicals.karazin.ua/usocjour/article/view/4440> (дата звернення:

28.06.2022).

2. Galavutia M., Baidala V., Butenko V. Investment attractiveness of bioeconomy: case of Ukraine. *Institute of agricultural and food economics national research institute*. Warsaw. 2015. URL: [www.ierigz.waw.pl](http://www.ierigz.waw.pl) (дата звернення:

15.10.2022).

3. Чеховська Л.Я. Оздоровчий фітнес у сучасному суспільстві: монографія. Львів: ЛДУФК імені Івана Боберського, 2019. 294 с.

4. Чеховська Л.Я. Фітнес-індустрія: стан і перспективи розвитку у країнах світу. *Слобожанський науково-спортивний вісник*. URL:

[http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19341/Cekhovska.pdf?sequen](http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19341/Cekhovska.pdf?sequence=1)

[ce=1](http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19341/Cekhovska.pdf?sequence=1) (дата звернення: 15.10.2022).

5. Розвиток фітнес-індустрії має стати частиною формування культури здорового способу життя в Україні – експерти. УКМЦ: прес-центр URL:

<https://uacrisis.org/uk/67724-rozvytok-fitness-industriyi> (дата звернення:

15.12.2021).

6. T.O. Vlaserko, R.F. Chernysh, A.V. Dergach, T.V. Lobunets, O.B. Kurylo. Investment Security Management in Transition Economies: Legal and

Organizational Aspects. *International Journal of Economics and Business Administration*, Volume VIII, Issue 2, 200-209, 2020(SCOPUS) DOI:

10.35808/ijeaba/452 URL: <https://www.ijeaba.com/journal/452> (last accessed:

20.10.2022).

7. Докієнко Л.М., Клименко В.В., Акімова Л.М. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2011. 408 с.

8. Шинкарук Л.В., Настас О.М. Доходи інституційних секторів економіки України: монографія. Київ: Міленіум, 2016. 247 с.

9.



10. Податковий Кодекс України від 02 груд. 2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/para10642#b10642> (дата звернення 20.02.2022).

11. Shynkaruk L., Yermolenko D., Buchniyev M., Bulysheva D., Siryk Z., Tsokol O. Modelling of land relations in Ukraine in the period of institutional Transformations. *International Journal of Management (IJM)*. Volume 11, Issue 4, April 2020, pp. 622-633, Article ID IJM-11-04-060 URL: <http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=4> (last accessed : 21.07.2022).

12. Брандін І. «АтлетіКо». Інвестиції – фітнес-бізнес за Франчайзингом. Commercial Property: веб-сайт. URL: <https://commercialproperty.ua/interview/investitsii-fitness-biznes-za-franchayzingom/> (дата звернення 20.02.2022).

13. Kwilinski A., Dielini M., Mazuryk O., Filippov V., Kitseliuk V. (2020) System constructs for the investment security of a country. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10(1): 345-358. SCOPUS Q2, URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85094574438&origin=resultlist> (last accessed : 12.09.2022).

14. Guide: Державна підтримка інвестиційних проєктів із значними інвестиціями. UkraineInvestYour Investment Matters: веб-сайт. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/analytics-research/explanatory-guide/> (дата звернення 20.06.2022).

15. Інвестиційні проєкти. Департамент інвестиційної політики, проєктів, міжнародних зв'язків, туризму і промоцій міста Івано-Франківської міської ради: веб-сайт. URL: <https://invest-if.com/informaciva-pro-departament> (дата звернення 10.08.2022).

16. Бізнес-планування. Юридична компанія «Надійний бізнес»: веб-сайт. URL: <http://2-vurist.in.ua/vsi-poslugi/biznes-planuvannya.html> (дата звернення 22.09.2022).



17. Бізнес-планування у діяльності підприємства: навч. посібник. URL: <https://sites.google.com/site/kostia03061992/biznes-planuvanna-u-dialnosti-pidприємства> (дата звернення 22.09.2022).

18. Масловська М.В., Перевозчикова Н.О. Особливості процесу бізнес-планування в сучасних умовах розвитку України. *Ефективна економіка*, № 11, 2013. URL: <http://www.economy.navka.com.ua/?op=1&z=2474> (дата звернення 21.04.2022).

19. Є. О. Діденко Є.О., Нянчур Б. С. Бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні підприємством. *Економіка та держава*, № 12, 2016. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2016/19.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/19.pdf) (дата звернення 12.06.2022).

20. Бізнес План спортивного комплексу Млин Бізнес Ідей: веб-сайт. URL: [http://melnicabiz.com.ua/business-plans/154\\_business\\_plan\\_sportivnogo\\_kompleksa.html](http://melnicabiz.com.ua/business-plans/154_business_plan_sportivnogo_kompleksa.html) (дата звернення 14.07.2022).

21. Бізнес план ательє-магазину «Сіті-Спорт». Сіті-Спорт: веб-сайт. URL: <https://sites.google.com/site/citisporth11/golovna-storinka/biznes-plan> (дата звернення 15.07.2022).

22. EuropeActive. URL: <https://europeactive.blackboxpublishers.com/en> (last accessed: 01.04.2022).

23. Hollasch K. The European Health & Fitness Market Report 2016. URL: [http://www.europeactive.eu/sites/europeactive.eu/files/events/EHEF2016/KarstenHollasch\\_EHEF2016.pdf](http://www.europeactive.eu/sites/europeactive.eu/files/events/EHEF2016/KarstenHollasch_EHEF2016.pdf) (last accessed: 01.04.2022).

24. McKechnie D. S., Grant J., Golowala F. S., Ganesh P. The Fitness Trend Moves East: Emerging Market Demand in the UAE. *European Sport Management Quarterly*. 2006 Vol. 6. Iss.3. P. 289-305.

25. The IHRSA Global Report 2016. URL: [http://download.ihrsa.org/pubs/2016\\_IHRSA\\_Global\\_Report\\_Preview.pdf](http://download.ihrsa.org/pubs/2016_IHRSA_Global_Report_Preview.pdf) (last accessed: 03.04.2022).

26. What we do UK Sport – The UK's High Performance Sports Agency. URL: <http://www.uksport.gov.uk/pages/what-we-do> (last accessed: 01.05.2022).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

SWOT-анализ центру йоги та стретчингу «АЙога»

SWOT	Можливості				Загрози		
	Збільшення наведжуваності в останні 10-15 років	Пропагування здорового способу життя	Збільшення зазребуваностіпоп ику на професійних заняттях	Вільний час в залах	Зростаючі можливостей в інтернеті,	Індивідуальна ошати оренди;	Збільшення конкуренції.
Сильні сторони							
Висока кваліфікація тренерів	+		+	+	+	0	+
Широкий асортимент послуг	+		0	0	+	+	+
Вигідне географічне положення	+		0	+	+	0	+
Можливість запропонувати споживачу індивідуальні та групові заняття та онлайн-тренування	+		0	+	+	0	+
Можливість користуватися послугами центру для клієнтів різного віку	+		+	+	+	0	+
Перевага над конкурентами в ціні	+		0	+	+	0	+
Слабкі сторони							
Нерозширена організаційна структура	0		-	0	0	0	-
Відсутність філії	-		0	0	-	-	-
Непопулярність серед споживачів	-		0	-	-	-	-