

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

“ ___ ” травня 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ
ТРЕНАЖЕРНОЇ ЗАЛИ»**

Виконавець:

Студентка ЦЗВФН

Васюкевич Ольга Глібівна _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Клевцевич Наталія Анатоліївна _____

Одеса 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ПОСЛУГ.....	5
1.1. Характеристика бізнес-ідеї відкриття тренажерної зали.....	5
1.2. Нормативні умови функціонування закладів в сфері спортивно-оздоровчих послуг	12
1.3. Обґрунтування організаційно-правової форми ведення бізнесу та системи оподаткування.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТРЕНАЖЕРНОЇ ЗАЛИ.....	21
2.1. Аналіз ринку спортивно оздоровчих послуг.....	21
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг майбутнього бізнесу.....	29
2.3. Аналіз інвестиційних та операційних витрат на створення тренажерної зали.....	35
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕК.....	44
3.1. Прогнозування прибутку від функціонування тренажерної зали.....	44
3.2. Оцінка економічної ефективності проекту.....	48
3.3. Аналіз можливих ризиків та заходів щодо їх мінімізації.....	54
ВИСНОВКИ.....	60
Список використаних джерел.....	62

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток сфери спортивно-оздоровчих послуг є актуальним і перспективним напрямом у всьому світі, оскільки він відповідає потребам сучасного суспільства. Зростання свідомості про здоровий спосіб життя, популярність фітнесу та спорту, а також бажання відпочити в активному та здоровому способі стали основними причинами зростання популярності спортивно-оздоровчих послуг серед туристів.

У той же час, розвиток спортивно-оздоровчих послуг є перспективним з точки зору бізнесу. Створення та пропозиція спортивно-оздоровчих послуг може стати важливим чинником в розвитку туристичного бізнесу. За рахунок поєднання різних видів спорту, здорового харчування та активного відпочинку, можливо привернути широку аудиторію туристів, яка віддає перевагу активному та здоровому способу життя.

Також, розвиток спортивно-оздоровчих послуг може стати важливим чинником в розвитку рекреаційної інфраструктури та збільшення інвестицій в цей сектор. Створення спортивних об'єктів стимулює розвиток транспортної інфраструктури, готелів та ресторанів і може сприяти залученню інвестицій та створенню нових робочих місць.

Отже, бізнес-ідея щодо створення суб'єкта підприємництва в сфері спортивно-оздоровчих послуг є актуальною та комерційно перспективною. Щодо її конкретизації – мова йде про створення тренажерної зали в одному зі спальних районів м. Одеси.

Основною *метою дослідження* є економічне обґрунтування проєкту у сфері спортивно-оздоровчих послуг, а саме відкриття тренажерної зали.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити наступні *завдання*:

1. охарактеризувати бізнес-ідею відкриття тренажерної зали;
2. провести огляд нормативних умов функціонування закладів в сфері спортивно-оздоровчих послуг;

3. обґрунтувати організаційно-правової форми ведення бізнесу та системи оподаткування;
4. проаналізувати ринок спортивно оздоровчих послуг;
5. оцінити внутрішні конкурентні переваги майбутнього бізнесу;
6. проаналізувати інвестиційні та операційні витрати на створення тренажерної зали;
7. зпрогнозувати прибуток від функціонування тренажерної зали;
8. оцінити економічну ефективність проекту;
9. проаналізувати можливі ризики та заходи щодо їх мінімізації.

Об'єктом дослідження є кон'юнктура ринку спортивно – оздоровчих послуг.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні положення з обґрунтування та оцінювання інвестиційних проектів у сфері послуг.

Як **методи дослідження** були використані загальні методи наукового дослідження, графічні методи – для наочного відображення показників, а також методи синтезу та угруповань. Використано статистичні методи для аналізу ринку спортивно-оздоровчих послуг та його окремих сегментів, а також інтегральні методи оцінки проектних ризиків. Розрахунки за проектом відкриття тренажерної зали провадилися з використанням програми «Excel».

У якості **інформаційної бази** дослідження застосовувались матеріали кон'юнктурних досліджень аналітичних компаній, офіційні статистичні матеріали, законодавчі та нормативні документи, наукова література, періодичні видання та Інтернет – джерела.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ПОСЛУГ

1.1 Характеристика бізнес-ідеї відкриття тренажерної зали

Основною складовою бізнесу, в незалежності від його організаційно-правової форми, складу учасників та масштабу, є певна ідея з конкретним автором та власною історією виникнення та розвитку. Сучасні науковці під бізнес-ідеєю найчастіше розуміють запропонований метод вдосконалення ділових операцій з метою досягнення більшого комерційного успіху.

До основних причин, що спонукають появу бізнес-ідей в умовах ринкової економіки фахівці найчастіше відносять [1]:

- «виникнення певної проблемної ситуації, що потребує вирішення, або на вирішення якої спрямовані зусилля персоналу в результаті відповідного управлінського рішення;
- випадкове зародження ідеї під час виконання поточних обов'язків або за інших обставин, які безпосередньо з нею не пов'язані;
- поради з інших джерел (інвестори, радники тощо);
- взяття кредитів у процесі цілеспрямованої взаємодії з досвідом аналогічних компаній або з літературних джерел;
- на основі інформації, отриманої на семінарах і курсах;
- в процесі поточного та перспективного планування та/або розробки бізнес-планів в межах суб'єкта підприємництва».

«Для того, щоб втілитися у життя бізнес-ідея має отримати певну документарну форму, тобто перетворитися на бізнес-план. У сучасній ринковій системі бізнес-план виконує дві основні функції: зовнішню, щоб збалансувати основні параметри бізнесу із зовнішнім середовищем та спрогнозувати його вплив та внутрішню, яка має вирішальне значення для майбутнього функціонування бізнесу» [2].

Бізнес-плани поділяють на категорії за певними ознаками. Зокрема, за обраним підприємницьким сектором розрізняють плани організації виробництва у фінансовій сфері, будівництві, а також у посередницькій сфері, роздрібній та оптовій торгівлі та сфері послуг.

Кінцева область, тобто сфера послуг, найбільш різноманітна і має найбільший ступінь невизначеності серед інших напрямів започаткування власної справи. Зокрема, на сьогодні не створено жодного універсального визначення послуг, не запропоновано поняття послуг, яке б дозволило зрозуміти всі сторони економіко-правової категорії (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Підходи до визначення терміну «послуга»

Автор	Визначення терміну «послуга»
Ф.Котлер	Послуга – це робота (сукупність заходів), що виконується для задоволення потреб і потреб клієнтів, характеризується закінченістю і має певну вартість. Послуги задовольняють найрізноманітніші потреби – суспільні, виробничі, особисті.
К. Маркс	Послуга є не що інше як корисна дія тієї чи іншої споживчої вартості — чи то товару, чи то праці.
Росинський М. Б.	Послуга – це специфічна політико-економічна категорія, яка виражає відносини праці, яка реалізується безпосередньо як корисний ефект діяльності і яка функціонує в базі споживання.
Ланге О.	Послуга – це будь-які функції, які пов'язані із задоволенням людських потреб, але при цьому безпосередньо направлені на виробництво будь-яких предметів.
Хідл Т.	Послуга може бути визначена як стан людини або предмету, який належить будь-якому учаснику економічних відносин.
Горанін А. І.	Послуга – це важлива економічна категорія, яка є ключовим пунктом для правильного розуміння сутності процесів обслуговування.

Джерело: складено за даними [3, 4, 5, 6, 7]

До специфічних рис послуг відносяться: нематеріальність, тобто нематеріальний характер; послуги є нетранспортабельними, тобто процес надання та споживання послуг є одночасним, і споживачі беруть безпосередню участь у цьому процесі; неможливість накопичення та зберігання послуг; орієнтація сервісу на локальні ринки, індивідуальні особливості тощо.

Сфера послуг складається з багатьох різних галузей, які мають різні цілі. Наприклад, наука як форма опосередкованого виробництва матеріальних благ, яка продукує наукові знання (ідеї, проєкти, розробки), безпосередньо впливає на виробництво матеріальних ресурсів, є його невід'ємною частиною.

Крім того, існує значна «галузь», присвячена наданню громадських послуг: сектор побутових послуг (пральні, перукарні тощо), який призначений для задоволення потреб споживачів. Кілька галузей (торгівля, фінанси) займають проміжне положення за цією ознакою: вони беруть участь як у наданні виробничих послуг, так і в споживанні товарів.

«Унікальність послуг спортивно-оздоровчих закладів полягає ще й у тому, що основним принципом їх надання є форма соціальної підтримки та оздоровлення населення, формування здорового способу життя, а тому головною метою є не грошова вигода, а натомість соціальний аспект розвитку фізичної культури і спорту» [8].

Фізична культура - це комплекс занять фізичними вправами, спрямований на розвиток та зміцнення здоров'я, формування тіла та покращення психічного стану людини. Фізична культура може включати різноманітні види спорту, фітнес, йогу, аеробіку, танці та інші форми фізичної активності. Вона має велике значення для підтримки фізичного та психічного здоров'я людини, підвищення життєвої енергії, покращення настрою та зняття стресу. Оскільки сучасний спосіб життя часто пов'язаний зі сидячим способом роботи та недостатньою фізичною активністю, фізична культура стає дедалі більш актуальною для людей різних вікових груп.

Масовий відпочинок, послуги з фізичного виховання та спорту, які орієнтовані на найбільшу кількість людей, особливо молодь, є невід'ємною частиною регулярного фізичного виховання та спорту, це зміцнює здоров'я тих, хто займається, підвищує їхні розумові та фізичні здібності тощо. Багато з цих послуг є платними, найбільш популярними є гімнастика, легка атлетика, плавання, лижі, велоспорт, спортивний туризм, спортивні ігри, стрільба тощо.

«Сучасний спорт став невід’ємною частиною економіки багатьох країн, у тому числі й України. Це вимагає значних фінансових ресурсів і значної праці. Ступінь розвитку спорту сьогодні є чинником, який впливає на темпи розвитку суспільства, якість і рівень життя населення, діяльність бізнесу» [8].

Дослідження показують, що ті, хто займається регулярною фізичною діяльністю, наприклад спортом, мають вищу продуктивність на робочому місці, ніж ті, хто не займається спортом. Крім того, рівень вибуття персоналу серед активних спортсменів значно нижчий, ніж у їхніх однолітків. Цей же принцип використовується і для дисципліни праці. Ці фактори позитивно впливають на продуктивність праці та загальний обсяг виробництва.

«Нові умови життя суттєво впливають на те, що у багатьох людей з’являються нові бажання та шляхи їх реалізації у сфері непрофесійного спорту та спортивно-оздоровчої діяльності. З кінця 90-х років попит на цю ринкову нішу постійно зростає. Усе це сприяє створенню нових або розширенню існуючих заходів, спрямованих на надання послуг у сфері здоров’я та фітнесу населенню або підприємствам, які спеціалізуються на наданні таких послуг» [9].

Загалом фізичне виховання та спорт є частиною невиробничої сфери, результатом діяльності, орієнтованої на надання послуг. Крім того, важливо визнати, що у сфері фізичного виховання і спорту існують організації, які займаються виробництвом спортивного обладнання та спорядження, одягу та взуття, засновниками яких є органи державного і громадського управління у сфері фізичного виховання і спорту різних рівнях. Група компаній, що спеціалізуються на фізичній культурі та відпочинку, служить інтересам професійного спорту та відпочинку, тобто часу, який люди витрачають після виконання своїх робочих зобов’язань.

«Розширення сфери фізкультурно-спортивної сфери також має значний вплив на економіку багатьох країн. Це пояснюється тим, що приватизація цього сектору призводить до зростання попиту на спортивні споруди та місця для вирішення спорів. У поєднанні з цим збільшується кількість установ, які

пропонують різноманітні супутні послуги: від стадіонів, спортивних залів і басейнів до спортивно-оздоровчих центрів» [9].

В даний час відкриття тренажерного залу — це актуальна та своєчасна бізнес-ідея. Пояснюється це тим, що в сучасному суспільстві люди все більше уваги стали приділяти своїй зовнішності, а саме — красу тіла. Не дивно, що тренажерні зали користуються величезною популярністю як серед молоді, так і серед старшого покоління. А власники залів вважають, що мати такий бізнес дуже вигідно.

Основною метою роботи будь-якого комерційного підприємства є отримання прибутку, тому важливо відкрити такий тренажерний зал, який буде користуватися попитом. Для досягнення мети реалізуються завдання [10]:

- «Організується сучасний, оснащений усім необхідним тренажерний зал, до якого підведені всі системи комунікацій.
- Залучаються клієнти різними способами, для чого використовується реклама і різні методи маркетингу.
- Забезпечується висококласний сервіс.
- Встановлюються прийнятні ціни.
- Розробляється фінансова стратегія і планується розвиток бізнесу».

Заняття спортом сьогодні ґрунтовно увійшло в образ життя багатьох людей, їм залишається тільки вибирати, які спортивні установи відвідувати. Можна тренуватися у великому фітнес-клубі з додатковими послугами сауни, масажу і косметолога, а можна вибрати більш скромний варіант — звичайний тренажерний зал з базовим або розширеним комплектом тренажерів. Звичайно, людям, які займаються для себе, а не заради престижу і моди, не так важливо, де займатися.

Основна мета їх тренувань — це зміцнення тіла і духу, а також вдосконалення свого зовнішнього вигляду. Тому ми будемо розглядати, як відкрити тренажерний зал, а не масштабний фітнес-клуб, що вимагає більш значних грошових вкладень.

«Класичний тренажерний зал, яким має стати «Булава» представлений великим приміщенням, в якому розташовується безліч тренажерів. Основним напрямком діяльності є надання можливості самостійно або з залученням тренера займатися фізичними вправами за допомогою сучасного обладнання. Клієнтами є чоловіки різних віків, а також спортивні дівчата і жінки» [11].

Слід зауважити що найбільшими споживачами спортивно-оздоровчих послуг, у тому числі цього сегменту, є студенти, молодь та працююче доросле населення. Більшість відвідувачів спортивних центрів (майже 80%) – віком до 40 років, близько 17% – школярі (рис. 1.1).

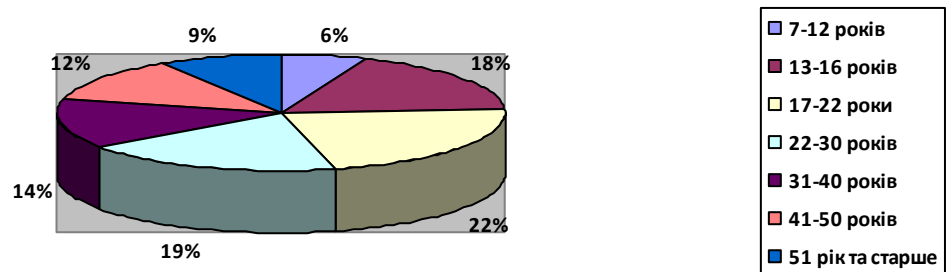


Рис. 1.1 Вікова структура відвідувачів фітнес-клубів

Джерело: складено за даними [11]

Відтак важливо популяризувати ідеї та цінності спорту, його досягнення, ефективний маркетинг та маніпулювання як спортивними змаганнями, так і їх учасниками, спортсменами, зокрема спортивними зірками, які мають представляти свою країну та бути національною іконою, героєм та гордістю.

«Адже сьогодні тисячі, а може й десятки тисяч людей проводять свій робочий час, перебуваючи в одній позі, сидячи за комп'ютером. Що, звичайно ж, не сприяє хорошему кровообігу, та й взагалі здоров'ю. Популяризація здорового способу життя приваблює все більше і більше охочих займатися спортом, відвідувати спортивні установи: басейни, стадіони, спортклуби та інше» [11].

Оскільки люди мають різні потреби, ринок спортивно-оздоровчих послуг насправді складається з кількох сегментів, які об'єднують споживачів зі схожими потребами та рівними доходами. Як наслідок, діяльність кожного спортивного центру має бути спрямована на вивчення ринку потенційних споживачів з урахуванням розвитку специфіки галузі в цілому.

Насправді це досягається шляхом пошуку певної ринкової ніші. Як ви можете уявити з назви «Булава», концепція бізнесу зосереджена навколо створення тренажерного залу, який зосереджений на силових тренуваннях.

«Найефективнішими експерти вважають розташування тренажерних залів або в спальному районі – тоді основною цільовою аудиторією будуть мешканці навколишніх будинків; або в бізнес-офісному центрі, куди зазвичай приходять офісні працівники. Це варто враховувати при плануванні реалізації проєкту тренажерної зали «Булава» в спальному мікрорайоні міста, а саме в ЖК «Альтаїр». У зв'язку з динамічною конкуренцією у індустрії спортивно-оздоровчих послуг та непередбачуваністю ринкового середовища, приміщення буде здаватися в оренду» [12].

Тренажерний зал «Булава» проводитиме заняття в будні з 7:00 до 21:00 та у вихідні з 8:00 до 20:00. Бажаючим відвідати клуб необхідно попередньо отримати абонемент у адміністратора. За можливості відвідувачам буде рекомендовано зареєструватися заздалегідь на певний час, це полегшить завантаження залів і гарантує, що під час візиту для них буде вільне місце та не доведеться стояти в чергах.

У фойє постійно чергуватиме адміністратор, який продаватиме додаткові абонементи, надаватиме інформацію по телефону, веде журнал попереднього запису на заняття, інформуватиме відвідувачів про наявність вільних місць та розподіл їх по залах.

Одночасно в кожному залі можуть розміститися 10 осіб. Додатково в кожному із залів будуть постійні інструктори, які за потреби проводитимуть консультації. Крім того, клієнти мають можливість взяти участь у персональному тренері, який допоможе створити індивідуальний режим

тренувань. Відвідувачам дозволять знімати верхній одяг і взуття на вулиці, а особисті речі – у роздягальнях, кожна з яких матиме окрему шафку.

Що стосується різноманітності послуг, то для того, щоб тренажерна зала приносила дохід, необхідні додаткові послуги, серед яких: солярій, масажний кабінет, стенд зі спортивним харчуванням тощо.

1.2 Нормативні умови функціонування закладів в сфері спортивно-оздоровчих послуг

Першим кроком тренажерної зали є документарне оформлення із визначенням виду діяльності новостворюваного суб'єкту господарювання. КВЕД - це скорочення від «Класифікатор видів економічної діяльності». Це спеціальний кодифікатор, що використовується для класифікації підприємств та організацій залежно від виду їх діяльності. КВЕД визначається за галузями економіки, які відображаються в певних цифрах та символах, що розкривають певну діяльність.

КВЕД використовується для уніфікації та стандартизації інформації про економічну діяльність підприємств та організацій для забезпечення точності та однозначності обліку та статистичної звітності. Також КВЕД використовується для встановлення ставок митного та податкового оподаткування, а також для розрахунку соціальної допомоги та пенсійних виплат.

У відповідності з КВЕД комерційна діяльність тренажерної зали «Булава» відноситься до розділу 93 «Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг» [13].

Цей розділ включає надання розважальних і спортивних послуг (крім діяльності музеїв, історичних заповідників, ботанічних і зоологічних садів і природних заповідників, а також азартних ігор і розваг подібного роду).

Група 93.1 включає приміщення, призначені для проведення спортивних заходів, спортивні команди та клуби, які переважно беруть участь у живих

змаганнях, незалежних спортсменів, які беруть участь у живих змаганнях перед глядачами, власників автомобілів, собак, коней тощо, які переважно беруть участь у перегонах та інших показові заходи, спортивні тренери, які спеціалізуються на наданні послуг для підтримки учасників живих подій і змагань, арен і стадіонів, а також інша діяльність, пов'язана з організацією, просуванням і управлінням спортивними подіями.

«В свою чергу клас 93.13 «Діяльність фітнес-центрів» включає діяльність клубів фітнесу та бодібілдингу і не включає послуги професійних спортивних інструкторів, учителів, тренерів» [13,14].

Готуючись до відкриття тренажерного залу, важливо продумати питання доцільності отримання ліцензії. Адже в Україні тренажерні зали підлягають обов'язковому ліцензуванню згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 19.12.2012 № 1187 "Про затвердження Порядку ліцензування окремих видів господарської діяльності", а саме згідно з підпунктом 11.3 «Послуги з фізкультурно-оздоровчих закладів (спортивні зали, басейни та ін.)». Ліцензія на такий вид діяльності видана терміном на 5 років і повинна бути підтверджена щорічними звітами.

Для ліцензування діяльності тренажерної зали необхідно звернутися до місцевої державної адміністрації або до відділу ліцензування відповідного органу. Документи, які можуть знадобитися для отримання ліцензії, можуть варіюватися залежно від місцевих вимог, але зазвичай це [13,14]:

1. «Заява про ліцензування діяльності тренажерної зали;
2. Копія статуту або довідки про державну реєстрацію організації;
3. Копії дозволів на спеціальне використання приміщення, де буде знаходитися тренажерна зала, та дозволу на реконструкцію (якщо необхідно);
4. Паспортні дані власника чи керівника організації;
5. Довідка про відсутність судимості за злочини, пов'язані зі здійсненням господарської діяльності;

6. Довідка про відповідність умов приміщення та обладнання вимогам безпеки;
7. Документ, що підтверджує кваліфікацію керівника та тренерів;
8. Копії документів, які підтверджують право власності на обладнання та інвентар».

Процес попередньої підготовки займає в середньому близько місяця, а їх критика – близько 10 днів.

З точки зору вимоги до приміщення тренажерної вона повинна бути не менше 150 м²., Висота стель від трьох метрів для забезпечення циркуляції повітря. Також повинні бути дотримані вимоги органів санітарно-епідеміологічної служби, пожежної охорони.

Оснащеність сучасними тренажерами та спортивними приладами відіграє вирішальну роль у створенні тренажерного залу і залученні клієнтів. Всі тренажери, гирі, гантелі, всі спортивні прилади повинні бути сертифіковані і виготовлені фірмами, які спеціалізуються на випуску приладів для занять спортом. Використання кустарного спортінвентарю мало того що може відлякати потенційних клієнтів, але і може привести до небажаних наслідків – спортивних травм.

1.3 Обґрунтування організаційно-правової форми ведення бізнесу та системи оподаткування

Найбільш важливими питаннями організаційного проєктування при створенні тренажерної зали є вибір організаційної форми та правового статусу, а також системи оподаткування.

Методика вибору організаційно-правової форми підприємства може ґрунтуватися на [15]:

- «ступінь відповідальності засновників (власників);
- оподаткування;
- вимоги до фінансових ресурсів;

- підприємницька управлінська здатність підприємця;
- можливість зміни оператора».

Підприємцем може бути лише фізична особа з повною дієздатністю. На сьогодні повну цивільну дієздатність має фізична особа, яка досягла 18 років (повноліття) або уклала шлюб до досягнення повноліття. Крім того, повна дієздатність може бути надана фізичній особі, яка досягла 16 років і працює за трудовим договором, а також неповнолітній особі, яка зареєстрована матір'ю або батьком дитини. Повна цивільна дієздатність може бути надана також фізичній особі, яка досягла 16 років і бажає займатися підприємницькою діяльністю. У цьому випадку повна дієздатність настає з моменту офіційного визнання фізичної особи підприємцем державою.

«Забороняється участь у підприємницькій діяльності таким громадянам: військовослужбовцям, прокуратурі, судам, органам безпеки, внутрішніх справ, арбітражним судам, нотаріусам, а також органам влади та управління, на які покладено контроль за діяльністю суб'єктів господарювання» [15].

Процес реалізації бізнес-ідеї відкриття тренажерної зали планується в організаційно-правовій формі фізичної особи-підприємця. Фізична особа-підприємець (ФОП) є найпоширенішою та доступною організаційною формою бізнесу. Це пов'язано з простотою його організації, ведення бухгалтерського та податкового обліку, можливістю залучення чужої праці тощо.

До підприємницької діяльності фізичних осіб застосовуються правові акти, що регулюють підприємницьку діяльність юридичних осіб, крім випадків, коли інше прямо встановлено законом або в силу характеру відносин. Фізична особа-підприємець діє на ринку самостійно, беручи участь у відносинах та набуваючи відповідних прав та обов'язків, здатна на власний розсуд здійснювати діяльність, яка відповідає вимогам ринку, приймати рішення, які не суперечать йому. з законом. Проте закон містить обмеження щодо можливості фізичних осіб займатися певною діяльністю як підприємці.

Порівнюючи підприємництво з іншими організаційно-правовими формами підприємницької діяльності, можна виділити наступні переваги [16]:

- «простий порівняно з іншими правовими та організаційними способами здійснення підприємницької діяльності, порядок державної реєстрації;
- відсутність статутного капіталу;
- зокрема, має право отримувати готівку від відвідувачів без ліміту та наявності касового апарату;
- за дотримання необхідних умов може застосовуватися спрощена система оподаткування, обліку та звітності.
- можливість ведення справ без печатки та відкриття рахунку в банку».

Стати фізичною особою – підприємцем (ч. 1 ст. 1 Закону «Про держреєстрацію») можна: у виконках місцевих рад, якщо про це прийнято рішення (крім міст обласного значення) ; у нотаріусів; в акредитованих суб'єктах (в державних органах, акредитованих Мін'юстом).

До пакету обов'язкових документів, які необхідно подати для реєстрації, входить заповнена заява про реєстрацію фізичної особи як підприємця в державній формі, а також копія РНОКПП (якщо реєстраційний номер не отримано, копія сторінки паспорта з правильним зазначенням відмітка обов'язкова). Державний секретар суду може запросити додаткові документи [16]:

«- довіреність, якщо документи підписує представник майбутнього підприємця;

- дозвіл батьків (усиновлювачів), засвідчений нотаріально, якщо неповнолітній зареєстрований як підприємець;

- довідка «переселенця», якщо адреса в паспорті знаходиться на території, яка тимчасово контролюється Автономною Республікою Крим». Його необхідно подати, якщо ви реєструєтесь як підприємець за адресою в посвідченні «іммігранта», це буде включати адресу в посвідченні.

Анкету необхідно заповнити великими літерами на комп'ютері або від руки українською мовою. Важливо відзначити [16]:

- «Повне ім'я. Дата народження.
- Реєстраційний номер облікової картки платника податків (раніше – ПІН).
- Номер та серія паспорта.
- Громадянство.
- Адреса, за якою зареєстрований. Якщо запис паспорта на території, що є частиною антитерористичної операції або тимчасово окупованого Криму, вказується адреса тимчасового проживання.
- Види діяльності, в яких ви збираєтеся брати участь, відповідно до КВЕД. Основним буде вважатися перший код.
- Контактна інформація, включаючи номери телефонів та адреси електронної пошти.
- Інформація про тих, хто може виступати від вашого імені та подавати документи для реєстрації змін статусу юридичної особи, наприклад.
- Записуєте свої дані у відповідні комірочки, якщо подаєте заяву на спрощену систему оподаткування у державного реєстратора або реєструєтеся платником податку на додану вартість.
- Характеристика заявника: майбутній ФОП заявника або його довірена особа».
- Дата та підпис подання документів.

Державному реєстратору забороняється приймати документ з помилками або пропусками в персональних даних.

Існує кілька способів подачі документів державному реєстратору.

Особисто. Крім пакету документів, з собою необхідно мати оригінал паспорта та РНОКПП.

Через уповноваженого представника. Для посвідчення особи уповноважена особа подає документи потенційного підприємця, довіреність та оригінал паспорта.

Через портал електронних послуг інформація доступна в електронному вигляді. Однак, незважаючи на положення законодавства про те, що документи для державної реєстрації можна подавати в електронному вигляді, портал цієї послуги досі не створено.

Укрпошта. Ви надсилаєте державному реєстратору пакет документів рекомендованим листом з описом вкладення та повідомленням про вручення. Правдивість підпису на остаточній заяві про реєстрацію має бути засвідчена нотаріусом. На копії РНОКПП є підпис і текст: копія вірна.

Якщо з документами все правильно, протягом 24 годин після подачі вони розглядаються та оприлюднюються витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців на порталі електронних сервісів (ст. 25, п. 2 ч. 9 ЗУ № 835). Додатково містить інформацію про взяття ФОП на облік в органах податкової служби та статистики, платника єдиного соціального внеску та дату взяття на облік.

Діяльність тренажерних залів передбачає функціонування у сегменті фізичної культури та спорту. Отже їхня нормативно-правова база включає:

- Закон України від 19.05.2015 №453-VIII «Про внесення змін до деяких законів України щодо підтримки дитячо-юнацького спорту та фізичного виховання дітей»;
- Закон України від 24.12.1993 №3808-XII «Про фізичну культуру і спорт»;
- Указ Президента України від 9.02.2016 №42/2016 «Про Національну стратегію з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року: Рухова активність - здоровий спосіб життя - здорова нація»;
- Постанова Кабінету Міністрів України від 01.03.2017 №115 «Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку фізичної культури і спорту на період до 2020 року»;

При поданні податкової декларації до органу доходів і зборів необхідно вибрати систему оподаткування. Фізичні особи – підприємці можуть скористатися як загальною, так і спрощеною системами оподаткування.

Загальна система оподаткування застосовується, якщо разом із заявою про реєстрацію як фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності не подається заява про застосування спрощеної системи оподаткування. На загальній системі оподаткування також працюють ті підприємці, які відмовилися від спрощеної системи оподаткування.

Враховуючи, що клієнтами тренажерної зали «Булава» будуть виключно фізичні особи, рекомендується спростити систему та сплачувати єдиний податок. Ставки єдиного податку різняться між собою залежно від видів дозволеної діяльності, єдиної ставки, кількості працівників та дозволеного річного доходу. Підприємці та суб'єкти малого та середнього бізнесу повинні знати вимоги до обраної категорії єдиного податку, знати дати подання звітності та ставки єдиного податку, а також усі обмеження.

У рамках спрощеної системи оподаткування виділяють такі групи платників [17,18]:

«1 група: підприємці, які реалізують у магазинах виключно товари зі сформованих ринків або здійснюють господарську діяльність з надання побутових послуг населенню. Чисельність працівників 0. Обсяг доходу протягом календарного року не перевищує 167 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року

2 група: підприємці, які надають послуги, у тому числі побутові, платникам єдиного податку або населенню, реалізують продукцію, здійснюють діяльність у сфері ресторанного господарства. Кількість працівників може досягати 10 осіб. Обсяг доходу не перевищує 834 розміри мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року

3 група: Фізичні особи-підприємці та юридичні особи у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 1167 розмірів мінімальної

заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року. Кількість працівників не обмежена. Ставка - 3% від доходу - за умови окремої сплати ПДВ; 5% доходу – за умови включення ПДВ до єдиного податку. Ті, хто потрапляє в цю категорію, мають можливість сплачувати : 3% доходу (ФОП чи юридична особа бажає бути і платником ПДВ) або 5% доходу (ФОП чи юридична особа не бажає бути платником ПДВ або за законодавством зобов'язані платити ПДВ)».

Оскільки кількість штатних працівників тренажерної зали «Булава» не перевищуватиме 10 осіб, можна використовувати 2-ку групу платників єдиного податку. Враховуючи, що обсяг доходів може перевищити ліміт, планується одночасна реєстрація декількох ФОП.

Висновки до розділу 1.

1. Відкрити фітнес центр мріють багато підприємців. Побудувати власний престижний бізнес на здоров'ї і спорті - чудовий варіант для стартаперів. І хоча дана ніша здається заповненою і в великому, і в маленькому місті, кількість бажаючих піти на тренування з кожним днем зростає. Організація даного бізнесу - процес трудомісткий, вимагає значних інвестицій. Але окупити вкладені кошти можна швидко, в разі правильної організації всіх процесів і правильно обраної концепції.

2. Послуги, що надаються спортивно – оздоровчими установами носять специфічний характер тому, що сама принцип їх надання належить до категорії соціальної підтримки і оздоровлення населення. Наразі в Одесі не вистачає повноцінних спеціалізованих закладів спортивно оздоровчого характеру, особливо це стосується спальних районів та нових житлових масивів. Отже проєкт з відкриття даної тренажерної зали можна вважати доцільним та перспективним.

3. Реалізація бізнес-ідеї щодо створення тренажерної зали передбачає реєстрацію ФОП та функціонування на спрощеній системі оподаткування (2 група)

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТРЕНАЖЕРНОЇ ЗАЛИ

2.1 Аналіз ринку спортивно-оздоровчих послуг

Ринок спортивно-оздоровчих послуг охоплює широкий спектр діяльності, пов'язаної зі здоров'ям і фізичним розвитком людей. Це можуть бути спортивні клуби та студії, фітнес-центри, тренажерні зали, йога-студії, басейни, санаторії та курорти, дитячі спортивні школи та табори, заняття спортом на відкритому повітрі та інші види спорту.

На ринку спортивно-оздоровчих послуг пропонуються різноманітні програми і заняття, які сприяють зміцненню здоров'я, покращенню фізичної форми, зняттю стресу та підвищенню настрою. Крім того, на ринку діють спеціалізовані магазини, які продають спортивний одяг, взуття та спорядження, а також кафе та ресторани, які пропонують здорову їжу та напої для спортсменів і любителів активного відпочинку. Ринок спортивно-оздоровчих послуг є досить конкурентним і динамічним, тому в ньому успішно діють тільки ті компанії, які можуть запропонувати якісні та інноваційні послуги за доступними цінами.

В основні розвитку ринку спортивно-оздоровчих послуг є динаміка та структура витрат громадян України на спорт (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Структура витрат на спорт, %

Рік	Витрати на спортивний одяг	Витрати на спортивне знаряддя	Витрати на заняття спортом	Витрати на отримання спортивної інформації	Інші витрати на спорт	Загальні витрати
2016	29	20	30	16	5	100
2017	31	18	33	14	4	100
2018	34	18	26	17	5	100
2019	22	15	23	33	7	100
2020	26	16	34	19	5	100
2021	26	15	36	18	5	100

Джерело: складено за даними [19]

Виходячи з даних таблиці ми можемо зазначити деякі тенденції. По-перше, зростання витрат на спортивний одяг. По-друге, зменшення витрат на спортивне знаряддя з паралельним збільшенням витрат на заняття спортом. Дійсно, самостійні заняття спортом вдома вже відійшли у минуле. Відтак, індустрія спортивно-оздоровчих послуг демонструє стабільний розвиток. Фахівці вважають, що відкривати спортивні заклади будь-якого формату зараз є вигідним, тому що ринок все ще далекий від насичення.

Проте, незважаючи на високі темпи популяризації тренажерних залів, цей сегмент ринку все ще далекий від насичення. В Україні всього 10% жителів користуються вказаними послугами, в той час як в країнах Європи кількість досягає 25%, а в США - 40%.

Наявна матеріальна база за багатьма параметрами не відповідає характеру і масштабу попиту на означені послуги. Крім того, у багатьох верствах населення бракує належного розуміння важливості здорового способу життя. У цьому ракурсі вкрай важливі система виховання, соціальна реклама, активна діяльність суб'єктів бізнесу щодо просування своїх послуг на ринок тощо.

Обсяг ринку фітнес-послуг в Україні в 2021 р. склав лише 144,3 млн. дол., що в 4,4 рази менше докризових показників (рис. 2.1). При цьому потенційна ємність ринку оцінюється на рівні 2 млрд. дол.

Ситуація з відвідуванням тренажерних залів значно погіршилася під час карантину, коли було обмежено авіаційне та залізничне сполучення з іншими країнами, компанії та заклади перейшли на віддалену роботу, людей закликали не виходити з дому без потреби, обмежено масові заходи. Пандемія COVID 19 значно змінила повсякденне життя кожної людини. Адже такі звичні колись речі, як похід у басейн і спортзал, стали майже не можливими. З початком війни ситуація взагалі підійшла до кризового рівня.



Рис. 2.1 Динаміка розвитку ринку спортивно-оздоровчих послуг в Україні,
млн. дол.

Джерело: складено за даними [20]

Що стосується регіональних особливостей, потрібно відзначити, що ринок спортивно-оздоровчих послуг дотепер асоціюється виключно з Києвом, містами-мільйонниками та туристичними центрами (рис. 2.2).

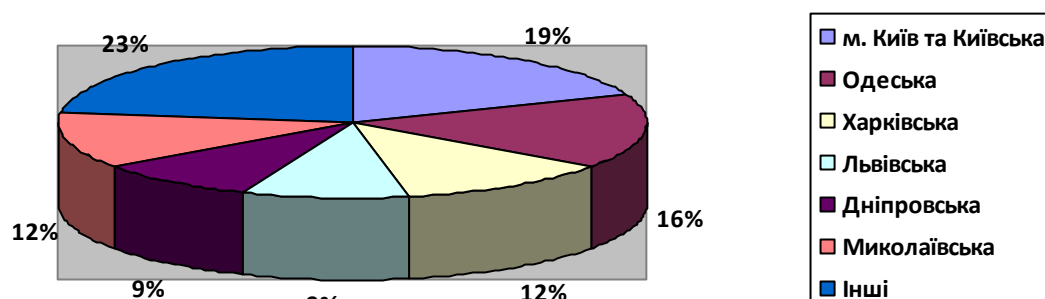


Рис. 2.2 Територіальна структура ринку спортивно-оздоровчих послуг

Джерело: складено за даними [21]

За даними Державної служби статистики України, станом на 1 січня 2022 року, найбільшу кількість тренажерних залів було зосереджено у містах Києві (більше 300), Харкові (понад 100), Львові (більше 70), Одесі (більше 60), Дніпрі (більше 50), Запоріжжі та Кропивницькому (понад 30 у кожному з міст).

Також велика кількість тренажерних залів розміщується у містах з населенням понад 100 тис. жителів, таких як Чернігів, Житомир, Івано-Франківськ, Кривий Ріг, Маріуполь, Миколаїв, Полтава, Суми, Тернопіль, Ужгород, Хмельницький та Черкаси.

У менших містах та сільських районах розміщення тренажерних залів може бути значно обмеженим, але з часом ця тенденція може змінитись залежно від попиту та можливостей розвитку даного бізнесу в регіонах.

Клієнти зазначають, що ідеальний фітнес-клуб – це такий, у якому враховують наступні фактори: індивідуальні можливості та рівень фізичної підготовки (16,7%); пропонують альтернативні онлайн-програми, у разі якщо особа не встигає за всіма або в неї зовсім не виходить (10, 3%); працівники докладають максимальних зусиль, щоби створити комфортні умови для занять фізичними вправами й оздоровлення (27,4%); фахівці постійно вдосконалюються (відвідують семінари, конференції, курси), для того щоб заняття завжди були цікавими (35,5%); можна після занять фітнесом відпочити, відновитись і покинути заклад у прекрасному самопочутті (10,1%).

Незважаючи на відхід частини гравців, на ринку все ще актуальна проблема дефіциту кадрів. Справа в тому, що в Україні практично відсутня професійна підготовка фітнес-тренерів, тому багатьом доводиться брати на роботу аматорів.

Українська індустрія спортивно-оздоровчих послуг переживає період укрупнення бізнесу, 70% закладів належать мережевим операторам. Однак менш 30% немережевих спортивних залів можна назвати повноцінними фітнес-клубами з усіма необхідними допоміжними приміщеннями і послугами, більшість - це невеликі тренажерні зали, які, як правило, знаходяться в напівпідвальних приміщеннях житлових будинків або при готелях.

Основними гравцями на ринку як і раніше залишаються мережі фітнес-центрів середнього цінового сегмента. Найчисленніші мережі – «FitCurves» (більше 150 залів в 36 містах), «SportLife» (50 спортклубів по всій Україні),

«Малібу» (21 клуб), «Атлетико» (20 спортклубів) (рис. 2.3). Рентабельність в сегменті мережеских клубів доходить до 25% на рік, в той час як самостійні клуби бізнес і навіть преміум сегментів балансують на межі беззбитковості.

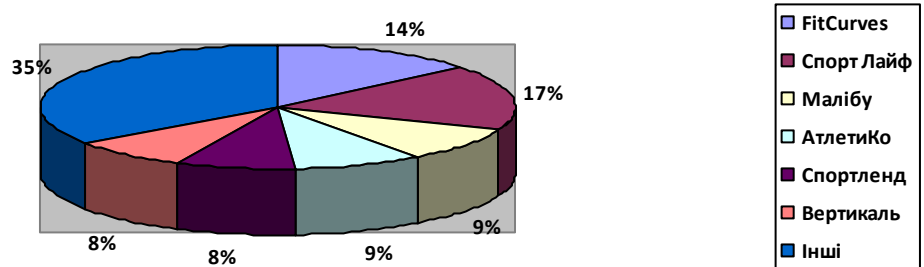


Рис. 2.3 Частка окремих мереж на ринку

Джерело: складено за даними [21]

«Є і мережі подрібніше, від 3 до 8 клубів - «Спортленд», «MyFit», «InterFit», «Планета Фітнес», «Спортклуб Дії», «FitnessLife», «Вертикаль», «Домінант». Річний абонемент на відвідування таких клубів обійдеться від 2500 («Атлетико») до 8000 грн. («Sportlife») в залежності від класу обраного залу і його розташування. Серед компаній, які працюють в преміум-сегменті, найвідомішими є «5 елемент», «Гран-Прі», «Tsarsky», «Акваріум», «Подільський», «Sky Fitness» і «Sportlife Deluxe». Ціна річного абонементу в них стартує від 20 тис. грн.» [21].

«За оцінками експертів, у більшості мережеских клубів представлено тренажерні зали та групові заняття, однак кількість басейнів не покриває споживчих запитів. Ключовою особливістю SportLife є надання комплексу всіх можливих оздоровчо-спортивних послуг в одному клубі. У кожному фітнес-клубі є тренажерний зал, студії групових програм, басейни (спортивний, дитячий, для немовлят), дитячий фітнес, сквош-корти, боксерські ринги та лаунж-зони. SportLife – це також найбільша мережа банних комплексів в Україні, яка включає SPA-програми, пілінг тіла, скраби, мильні масажі, водні процедури обгортання – усе це під одним дахом.

FitCurves – міжнародна франшиза і лідер у сфері фітнес-послуг для жінок, це найбільш швидкозростаюча франчайзингова мережа в світі за версією Книги рекордів Гіннеса» [22].

Також все більшою популярністю користуються клуби, які спеціалізуються на певних послугах. Актуальними напрямками вважаються: вправи для зниження ваги, функціональний тренінг, персональні тренування в міні групах (2–4 людини), тренування на відкритому повітрі; міофасціальний реліз для поліпшення гнучкості та рухливості м'язів; коловий тренінг; кросфіт; спортивні тренування (змагання)

На ринку спортивно-оздоровчих послуг можна виділити кілька цінкових сегментів, які відрізняються за вартістю та рівнем обслуговування: еліт, бізнес та економ (рис. 2.4). Насамперед, вартість послуг може відрізнитися залежно від типу тренажерного залу. Наприклад, зал, спеціалізований на фітнесі або кросфіту, може мати вищу вартість абонементів порівняно з класичним тренажерним залом з базовими функціями.

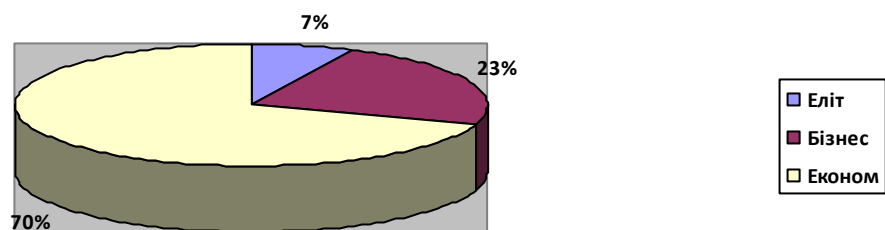


Рис. 2.4 Цінова структура ринку спортивно-оздоровчих послуг

Джерело: складено за даними [22]

Структура ринку послуг тренажерних залів за ціною може варіюватися залежно від конкретного регіону та міста. Зазвичай в містах з більш високим рівнем життя та платоспроможністю населення можуть бути тренажерні зали з вищими цінами, орієнтовані на клієнтів з вищим доходом. У менш розвинених регіонах можуть бути доступніші зали з більш низькими цінами.

Економ-сегмент. Це найнижчий ціновий сегмент, який пропонує послуги з фітнесу за низькими цінами. У цьому сегменті зазвичай діють масові мережі фітнес-центрів, де відсутні індивідуальні підходи до клієнтів, але пропонуються базові тренажери та групові заняття.

Середній ціновий сегмент. У цьому сегменті розташовані фітнес-центри, які пропонують вищий рівень обслуговування та якість послуг, ніж в економ-сегменті. Тут можна знайти більш розширений перелік послуг, включаючи індивідуальні тренування, групові заняття з професійними тренерами та інше.

Преміум-сегмент. Це найвищий ціновий сегмент, який пропонує послуги найвищої якості та рівня комфорту. У таких фітнес-центрах клієнтам пропонується власний персональний тренер, індивідуальний підхід до планування тренувань, ексклюзивні послуги та зручне розташування.

Цінові сегменти та належність окремих підприємств до них можуть відрізнитися в залежності від регіону, розташування закладів, їхнього рівня комфорту та якості послуг. Адже зазвичай ціни на послуги тренажерних залів визначаються декількома факторами, такими як [23]:

- «місцезнаходження зали та рівень конкуренції в даному регіоні;
- розмір та обладнання залу;
- рівень професійної підготовки тренерів та їх кваліфікація;
- наявність додаткових послуг, наприклад, групових тренувань, сауни, масажу тощо;
- умови абонементів та їх тривалість».

Серед проблем зі збутом спортивно-оздоровчих послуг можна відзначити те, що в середньому від 20% до 35% клієнтів фітнес-центрів не продовжують куплені абонементи. За даними опитів, близько 52% колишніх клієнтів фітнес-клубів пояснюють своє рішення наданням з боку клубу неякісної послуги, 34% - не отримують бажаного результату від занять, 14% - говорять про відсутність фінансової можливості займатися.

Причини, через які клієнти не бажають користуватися додатковими послугами в спортивно-оздоровчому закладі: активне поширення онлайн-

занять, не виходячи з дому (33,7%); немає послуг, які були б до вподоби (41,3%); вистачає занять фізичними вправами на відкритому повітрі (24%); відсутність бажання (2,1%).

Із перелічених відвідувачами послуг, якими вони користуються у фітнес-клубах, центрах, студіях, на першому місці відвідування тренажерної зали (42,0%). На другому – групові направлення (20,3%). Має попит відвідування басейнів (18,7%). Після занять фітнесом відвідують сауну – 14,3% респондентів, а порадами дієтолога користуються – 2,7%.

Частка досліджуваних, які, окрім фітнес-послуг, користуються ще й додатковими «Spa» і «Wellness» послугами та яким до вподоби їхня якість, становить 61,4%, і, відповідно, не задоволені – 38,2% клієнтів.

Цікавими були причини, через які клієнти не бажають користуватися додатковими послугами в оздоровчому закладі. Респонденти пояснюють це так: на це не вистачає коштів (33,7%); немає послуг, які були б до вподоби (41,3%); вистачає занять фізичними вправами (24%); відсутність бажання (2,1%).

Поточна ситуація на ринку змушує операторів коригувати ціни в бік зниження, щоб зберегти відвідувачів. Сприяють припливу коштів у тренажерні зали і масові розпродажі абонементів, які стали популярними у мережевих операторів. Інтерес клієнтів націлений в першу чергу на недорогі пакети послуг.

Питання про необхідність державного втручання у розвиток ринку послуг тренажерних залів є складним. Деякі експерти вважають, що державне регулювання може бути корисним, оскільки допоможе забезпечити високі стандарти якості послуг, безпеку клієнтів та персоналу, а також захист прав споживачів.

Державне втручання може здійснюватися за допомогою різноманітних інструментів, таких як законодавство, нормативно-правові акти, контрольні-наглядові органи, субсидії та пільги для малих та середніх підприємств, що надають послуги тренажерних залів.

Однак існує й інша точка зору, згідно з якою державне втручання може обмежувати свободу підприємницької діяльності та розвитку індустрії в цілому. У такому випадку розвиток сфери повинен відбуватися за засобами приватного підприємництва, а держава повинна створювати сприятливі умови для розвитку бізнесу та підтримки підприємців.

У найближчій перспективі ринок спортивно-оздоровчих послуг активно зростатиме як кількісно, так і якісно. Можливим є вихід на ринок нових вузькоспеціалізованих клубів, студій і залів. Очікується зміцнення великих мереж за рахунок придбання і переоснащення різних спортивних об'єктів, які в даний момент не відповідають вимогам ринку.

2.2 Оцінка внутрішніх конкурентних переваг майбутнього бізнесу

«Конкурентна перевага — рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів. Її можна вважати концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж)» [24].

Конкурентні переваги суб'єктів підприємництва в сфері спортивно-оздоровчих послуг залежать від наступних факторів [25]:

1. «Розташування. Місце розташування клубу може мати великий вплив на його конкурентоспроможність. Якщо фітнес-клуб розташований на популярній вулиці або в центрі міста, то він може залучати більше клієнтів.
2. Ціни. Цінова політика є важливим фактором, який впливає на конкурентоздатність фітнес-клубу. Якщо клуб пропонує розумні ціни за свої послуги, то він може бути більш привабливим для клієнтів.
3. Обладнання та послуги. Якість обладнання та різноманітність послуг, що пропонуються, також можуть впливати на конкурентоспроможність

клубу. Наприклад, якщо клуб має нове та сучасне обладнання, а також пропонує різноманітні послуги, такі як персональне тренування, групові заняття, йогу тощо, то він може залучати більше клієнтів.

4. Команда. Команда фахівців, яка працює у фітнес-клубі, може також впливати на його конкурентоспроможність. Якщо клуб має висококваліфікованих тренерів та дружню атмосферу, то це може залучати більше клієнтів та збільшувати їх лояльність до клубу.
5. Маркетинг. Якість маркетингової стратегії та її виконання можуть також впливати на конкурентоспроможність клубу. Якщо клуб має яскравий та привабливий бренд, ефективну рекламу та промоакції, то це може збільшити виручку».

Проте новому тренажерному залу досить складно відразу отримати конкурентні переваги. Основні проблеми, що стримують нових суб'єктів індустрії спортивно-оздоровчих послуг в Одесі – це високі орендні ставки на нерухомість і бажання інвесторів швидко повернути вкладені гроші. Крім того, внаслідок війни з'явилися складнощі з підбором персоналу (мобілізація та імміграція).

Всі заклади можна умовно поділити на окремі та мережеві. На даний момент, в абсолютному вираженні, окремих клубів більше, ніж мережевих. Проте динаміку співвідношення визначити складно, оскільки спостерігається значний відсоток, так званих, «прихованих мереж». Серед мережевих закладів безперечними лідерами є «Спорт-лайф», «Стрекоза», «Вертикаль» та «Fit Curves»

Серед «прихованих мереж» найвідомішою є «Вища ліга», яка складається з трьох самостійних фітнес-клубів «Форма», «Шторм» та «Затерянный мир».

Серед локальних гравців одеського ринку можна окремо відзначити [26]:

«California Fitness - це мережа фітнес-клубів, які пропонують широкий спектр послуг з тренажерного залу, групових занять та особистого тренування.

Reebok CrossFit Odessa - це фітнес-клуб з функціональним тренуванням, який працює в форматі CrossFit.

BlackBox Fitness - це клуб, який пропонує різноманітні групові заняття з використанням обладнання та ваги власного тіла.

SportX - це мережа фітнес-клубів, яка пропонує спортивні зали, групові заняття та особисті тренування».

На ринку спортивно-оздоровчих послуг в м. Одеса присутні як універсальні заклади, так і спеціалізовані. Діяльність останніх спрямовується лише на певні групи споживачів. Наприклад, «Арк-спа» є клубом бізнес-еліти, а більшість клієнтів «Горілла-Дум» - професійні спортсмени.

У свою чергу як фітнес-клуби для жінок себе позиціонують «Fit Curves» та «Стронг Джейн». «Fit Curves» це міжнародна фітнес – франшиз, що складається з 12 тис. клубів в 92 країнах світу. Програма занять і тренажери розроблені спеціально для жінок, хоча в деяких клубах є послуги і для чоловіків. Вся програма сконцентрована навколо так званого кругового тренування. «Стронг Джейн» - це локальний невеликий заклад, то мережа «Fit Curves», яка займає 15% загального ринку на даний момент є майже монополістом у «жіночому» сегменті.

Крім того, у сегменті спортивно-оздоровчих послуг постійно з'являються нові популярні напрями, зокрема, курси самооборони, спеціальні заняття для вагітних тощо.

На цінову конкурентоспроможність тренажерної зали впливають два чинники: ціна реалізації і повна собівартість послуг. Враховуючи те, що у Одесі функціонують, як звичайні тренажерні зали, так і елітні спортивні клуби, ціни на абонементи також дуже відрізняються.

В тренажерних залах можуть бути різні види абонементів, залежно від політики залу та потреб споживачів. Основні види абонементів, які можна зустріти в тренажерних залах, наступні.

Разовий вхід: це абонемент, який дозволяє клієнту відвідати тренажерний зал лише один раз. Цей вид абонементу зазвичай найменший за ціною.

Денний абонемент: це абонемент, який дозволяє клієнту відвідати тренажерний зал протягом одного дня. Цей вид абонементу може бути корисним для тих, хто хоче відвідувати зал лише тоді, коли має вільний час.

Абонемент на місяць: це абонемент, який дозволяє клієнту відвідувати тренажерний зал протягом одного місяця. Цей вид абонементу може бути корисним для тих, хто хоче займатися в залі на регулярній основі.

Абонемент на півроку або рік: це абонемент, який дозволяє клієнту відвідувати тренажерний зал протягом півроку або року. Цей вид абонементу може бути вигідним для тих, хто займається в залі на постійній основі.

Сімейний абонемент: це абонемент, який дозволяє родині відвідувати тренажерний зал разом. Цей вид абонементу може бути вигідним для тих, хто хоче займатися спортом разом зі своїми близькими. Останній тип абонементу є наразі найбільш рекламованим в сегменті спортивно-оздоровчих послуг в усьому світі.

Груповий абонемент: це абонемент, який дозволяє клієнту відвідувати заняття в групах. Цей вид абонементу може бути корисним для тих, хто хоче займатися спортом у групі та під керівництвом тренера.

«Більшість клубів, що відкриваються, продають короточасні (місячні, разові) абонементи. Лише у деяких мережах починає з'являтися тенденція до стратегічного підходу у формуванні вартості клубних карт - продаж річних абонементів» [27,28].

Вартість абонементу за різних умов оплати в різних закладах спортивно-оздоровчих послуг наведена в табл. 2.2.

Як можна побачити з даних таблиці 2.2, тренажерна зала «Булава» пропонуватиме найдешевші місячні абонементи, проте не вдаватиметься до значних знижок при продажу, наприклад річних абонементів, як це роблять конкуренти.

Таблиця 2.2

Вартість абонементу за різних умов оплати, грн./міс.

Заклад	Оплата за місяць	Оплата за 3 місяці	Оплата за півроку	Оплата за рік
Вертикаль	700	430	350	280
Стрекоза	900	650	400-600	350-500
Ark SPA Palace	1200	940	800	-
«Lady Fit» (план)	650	600	580	545

Джерело: складено автором

Означена тактика пов'язана насамперед зі специфікою клієнтської бази.

Основні групи клієнтів тренажерної зали «Булава»:

1. Професійні спортсмени та спортивні команди, які потребують доступу до спеціалізованих тренажерів та обладнання для тренувань.
2. Аматорські спортсмени, які займаються для збереження свого здоров'я та підтримки фізичної форми.
3. Люди, які прагнуть зменшити вагу або вдосконалити свою фігуру.
4. Люди з медичними проблемами, які використовують тренажерний зал для відновлення здоров'я та реабілітації.
5. Люди, які просто хочуть підтримувати активний спосіб життя та покращити своє самопочуття.

Для підсумкової узагальнюючої оцінки сильних та слабких сторін тренажерної зали «Булава», а також пошуку можливостей і виявлення загроз, необхідно скористатися методом SWOT-аналізу, який представлений в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз тренажерної зали «Булава»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Висока якість послуг; 2. Вдале місце розташування; 3. Професійні тренери; 4. Власна ринкова ніша; 5. Помірні ціни.	1. Занадто вузька спеціалізація; 2. Відсутність відомого бренду; 3. Локальний заклад.
Можливості	Загрози

Продовження табл. 2.3

<ol style="list-style-type: none"> 1. Створення мережі фітнес-клубів; 2. Залучення нових клієнтів; 3. Проведення турнірів 4. Поширення діяльності на інші сегменти: продаж косметичних засобів, послуги дієтолога, масаж тощо 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поява нових переваг у конкурентів; 2. Загальне зменшення попиту внаслідок зубожіння населення; 3. Зміни у законодавстві, зокрема щодо ліцензування послуг; 4. Форс-мажор.
---	---

Джерело: складено автором

Таким чином у тренажерної зали «Булава» мають з'явитися певні переваги насамперед за рахунок сполучення «ціна/якість», а також перспективи пов'язані із концентрацією на власному сегменті програм для схуднення.

Ще однією з можливостей є зростання інтересу до фітнесу та здорового способу життя серед населення, що може збільшити попит на послуги тренажерної зали. Також можуть бути можливості для розвитку нових напрямків або послуг, наприклад, групових занять, персонального тренування, харчування тощо.

Серед загроз можуть бути зниження попиту на послуги у зв'язку з економічними кризами, конкуренція з іншими тренажерними залами, зміни у смаках та потребах споживачів, зменшення інтересу до здорового способу життя, зміни у законодавстві щодо безпеки та охорони здоров'я, збільшення витрат на оренду та утримання приміщення та обладнання, проблеми з кадрами тощо.

Отже, для успішної діяльності тренажерної зали «Булава» необхідно враховувати різні можливості та загрози та розробляти стратегії, які дозволять ефективно використовувати переваги та мінімізувати негативні наслідки.

2.3 Аналіз інвестиційних та операційних витрат на створення тренажерної зали

Інвестиційні витрати - це витрати на придбання та створення активів, що призначені для забезпечення довгострокової прибутковості підприємства. Іншими словами, це кошти, які спрямовуються на здійснення інвестиційних проєктів з метою отримання майбутнього прибутку. Інвестиційні витрати можуть включати в себе придбання обладнання, будівництво нових об'єктів, розробку нових продуктів або технологій, придбання патентів, ліцензій та інші витрати, пов'язані зі здійсненням інвестицій.

Перше питання в контексті інвестиційних витрат – це вирішення проблеми із приміщенням для здійснення підприємницької діяльності. Вибір приміщення під тренажерну залу «Булава» - це один з найголовніших етапів відкриття. Деякі з найважливіших факторів, які варто враховувати при виборі місця для розташування тренажерної зали «Булава», включають:

1. Прохідність та доступність: Чим більше людей буде мати доступ до тренажерної зали, тим більше можливостей для збільшення клієнтської бази. Краще вибирати місце розташування, що знаходиться в зоні високої прохідності, наприклад, біля транспортних вузлів, університетів, офісних центрів та магазинів.
2. Конкуренція: Варто проаналізувати наявність конкурентів у вибраному районі. Якщо на ринку вже діє багато тренажерних залів, може бути складно знайти нових клієнтів.
3. Вартість оренди: Вартість оренди приміщення може значно вплинути на рентабельність бізнесу. Важливо знайти місце розташування, що не буде дуже дорогим, але в той же час забезпечує достатній потік клієнтів.
4. Розмір приміщення: Розмір приміщення повинен бути достатнім для розміщення всього необхідного обладнання та зон для відпочинку клієнтів. Також необхідно враховувати відстань між тренажерами, щоб клієнти мали достатньо місця для занять.

5. Паркування: Наявність зручного паркувального місця для клієнтів може бути важливою перевагою.

Фахівці вважають, що для відкриття в міні-форматі потрібно приміщення з площею, щонайменше 150 кв. м. Для великого універсального спортивного центру необхідна площа починається з 500 до 3 тис. кв. м.

«Враховуючи специфіку функціонування тренажерної зали для чоловіків які займаються силовими тренуваннями вигідніше за все відкрити її у спальному районі, поруч з транспортними зупинками, школами та дитячими садками. Відтак було прийнято інвестиційне рішення щодо розташування тренажерної зали «Булава» на території ЖК «Альтаір»» [29]. Житловий комплекс має власну автономну інфраструктуру, що також полегшує роботу тренажерної зали.

З огляду на особливості приміщення найбільш ефективно планування функціональної структури для тренажерної зали «Булава» виглядає наступним чином:

- стійка для адміністратора;
- окрема кімната для персоналу та адміністрації клубу;
- чоловіча і жіноча роздягальні;
- тренажерний зал;
- зал для аеробіки та фітнесу;
- вбиральні.

Проект передбачає одночасне функціонування трьох залів (залу тренажерів, залу для занять фітнесом, а також кардіозалу).

Для тренажерної зали зазвичай потрібне різноманітне обладнання для тренувань різних груп м'язів і кардіотренувань. Тобто обладнання має дві основні масштабні категорії: силове устаткування і кардіо обладнання. Силове устаткування включає декілька груп, а саме [30]:

«Під власною вагою. Основне навантаження - власна вага спортсмена. Універсальні агрегати, які відрізняються простотою у використанні. Головні переваги - легкість та компактність. Важливим є той факт, що існує безліч

складних моделей, які в складеному вигляді суттєво економлять простір. До даних винаходів можна віднести: гіперекстензії, турніки, бруси. Тренінги спрямовані на опрацювання певних м'язових груп.

З вільною вагою. Гантелі, грифи й гирі - універсальні й популярні пристосування, без яких не обходиться жодна тренажерна установа. Заняття з подібними інструментами дають можливість добре підготувати і «розігріти» організм перед тренуванням. Працюють як допоміжні, так і основні м'язи.

Блокові. Плоскі вантажі, що переміщуються по спеціальному стрижню, застосовуються в якості обважнювачів. Для зміни обтяження слід пересунути фіксатор в потрібний отвір на стійці. Такі винаходи є найбільш безпечними, що дає можливість тренуватися людям різної вікової категорії та з будь-яким рівнем фізичної підготовки».

Враховуючи специфічні характеристики відвідувачів спортивного центру планується обладнати його горизонтальними та вертикальними велотренажерами, а також біговими доріжками.

Велотренажер являє собою практично ідеальний тренажер для новачка. Займатися на велотренажері при мінімальному навантаженні може будь-яка людина, для цього не треба мати особливу фізичну підготовку. Існують горизонтальні (більш зручні) та вертикальні велотренажери. Для фітнес-клубу планується придбати горизонтальний велотренажер Fitex RR500 та вертикальний Proteus PEC – 3000. Велотренажер Fitex RR500 має LED дисплей (7 вікон для відображення даних); 20 рівнів навантаження; датчики виміру пульсу + телеметрія.

«Згідно з дослідженнями, бігова доріжка - це найпоширеніший і найпопулярніший у світі тренажер. Багато успішних фітнес-програм обов'язково включають в себе біг, як одну із самих природних і корисних для людського тіла вправ. Заняття на цьому популярному тренажері — це біг у стабільних і комфортних температурних умовах. Для клубу обрано електричну доріжку IMT7730. На дисплеї відображаються рівень нахилу, швидкість, пульс, калорії, дистанція, час» [30].

До іншого обладнання відноситься, зокрема, обладнання для функціональних тренувань: лавки для пресу, м'ячі для фітнесу, скакалки, резинові стрічки, TRX-петлі, обладнання для розтяжки: розтяжки, лавки для розтяжки тощо.

Структура та необхідні витрати на придбання обладнання для тренажерної зали «Булава», наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Перелік необхідного обладнання

Найменування	Кількість	Ціна за одиницю, грн.	Сума, грн.
Велотренажер Proteus PEC – 3000	2	8000	16000
Бігова доріжка ІМТ7730	2	12000	24000
Станція «Інтератлетіка» Оптима	2	24000	48000
Станція «Інтератлетіка» Стимул	1	32000	32000
Обладнання для роботи з власною вагою		14000	14000
Комплект вільних вагів	4	5000	20000
Інше обладнання		3000	3000
Загалом			157000

Джерело: складено автором

Таким чином для оснащення тренажерної зали «Булава» необхідно придбання спеціального обладнання на суму 157 тис. грн. Враховуючи те, що через значну конкуренцію деякі тренажерні зали та фітнес – клуби закриваються (у тому числі й у перші півроку-рік функціонування), постійно є можливість придбати в них частину майже нового обладнання за ціною значно нижчою ніж у магазинах.

Окремою статтею йдуть витрати на меблі. Зокрема, мова йде про:

1. Лавки - використовуються для виконання вправ з вільними вагами або з власною вагою тіла. Лавки можуть бути різних типів, залежно від функціонального призначення, таких як лавка для жиму гантелей, нахилена лавка для пресу, лавка для жиму грифа тощо.

2. Стільці - можуть використовуватись для відпочинку між вправами або для виконання вправ зі складнішими техніками.
3. Шафи-шафки для зберігання обладнання - для зручного зберігання гантелей, грифів, штанг і іншого обладнання.
4. Стелажі - для зберігання великого обсягу вільних вагів і іншого обладнання.
5. Столики - для зберігання додаткового обладнання, наприклад, рушників, пляшок з водою тощо.
6. Крісла - можуть використовуватись для відпочинку після тренування або для консультацій з тренером.
7. Перегородки - для розділення простору тренажерного залу на зони з різним функціональним призначенням.

Всі меблі повинні бути зручними та функціональними, а також відповідати вимогам з безпеки, стійкості та міцності.

Крім витрат на приміщення та обладнання до початкових витрат слід віднести документарні витрати та витрати на ремонт приміщення. Ці дані наведені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Зведені витрати на підготовку приміщення тренажерної зали

Найменування статті витрат	Сума, тис. грн.
1. Підготовка інженерно-дизайнерського рішення	6
2. Придбання пологого настилу	42
3. Укладання спеціального покриття	20
4. Придбання й установка дзеркал	40
5. Придбання й установка кондиціонерів	57
6. Проведення поточного ремонту тренажерних залів	45
7. Проведення поточного ремонту душових	40
Разом:	250

Джерело: складено автором

Для комфортних умов проведення індивідуальних та групових тренувань у тренажерній залі «Булава» необхідно забезпечити обмін повітря у приміщеннях, а також забезпечити відповідний рівень вологості. Кращим варіантом вважається застосування припливно-витяжної системи вентиляції, де можливе самостійне регулювання температури. Повітряна та освітлювальна системи мають бути достатньою, щоб забезпечити комфортні умови для клієнтів та співробітників. Приміщення має відповідати вимогам пожежної безпеки та мати необхідні засоби пожежогасіння.

Щодо стартової реклами для тренажерної зали «Булава» вона може бути різного типу і форми, і все залежить від мети та цільової аудиторії. Оголошення в інтернеті: розміщення рекламних оголошень на сайтах, форумах, соціальних мережах тощо. Розсилка листівок, буклетів або електронних листівок: цей метод можна використовувати для привернення уваги нових клієнтів, або для сповіщення поточних клієнтів про спеціальні пропозиції та акції. Оголошення в місцевих газетах та журналах: друковані видання можуть бути корисними для залучення нових клієнтів з місцевої спільноти. Реклама на місцевому телебаченні та радіо: реклама на місцевому телебаченні та радіо може допомогти залучити більш широкую аудиторію.

Для тренажерної зали важливо мати професійно оформлену інформаційну брошуру або сайт, де будуть відображені всі види послуг та програм, які пропонуються клієнтам. Також ефективною може бути реклама у спортивних подіях та змаганнях, де можна привернути увагу до тренажерної зали «Булава» серед спортсменів та любителів спорту.

Загальна сума початкових витрат складає 534,5 тис. грн., а їхня структура наведена в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Початкові витрати на відкриття тренажерної зали «Булава», грн.

Статті витрат	Сума, тис. грн.
Оренда приміщення (1й та останній місяць, а також сплата послуг ріелтора)	50

Продовження табл. 2.6

Підготовка та ремонт приміщення	250
Закупка обладнання	157
Закупка меблів	60
Вивіска	3,5
Стартова реклама	6
Інші витрати	8
Всього	534,5

Джерело: складено автором

Аналіз отриманих даних дозволив зробити висновок про можливість підготовки клубу до експлуатації протягом двох місяців - липня-серпня 2023 р. Таким чином, тренажерна зала «Булава» може почати свою діяльність з 1 вересня 2023 року.

Операційні витрати підприємства в середньорічному вираженні представлено в таблиці 2.7. Їхня сума складає у середньому 112,7 тис. грн. щомісячно.

Таблиця 2.7

Операційні витрати тренажерної зали «Булава» розраховуючи на місяць

Статті витрат	Сума, тис. грн.
Заробітна плата з нарахуваннями	68
Оренда	20
Реклама	4
Обслуговування спортивного обладнання	5
Амортизація (на 60 місяців)	6
Комунальні послуги	2,1
Зв'язок та Інтернет	1,8
Єдиний податок	0,8
Інші витрати	5
Всього	112,7

Джерело: складено автором

Відтак основною статтею видатків будуть витрати на персонал, адже успішність у цьому бізнесі залежить у першу чергу від персоналу. Більш детально фонд оплати праці розглянуто у таблиці 2.8.

1. Керівник тренажерного залу - відповідає за загальне керівництво та управління тренажерним залом, включаючи розробку бізнес-стратегії, керування фінансами, кадрами та маркетингом.
2. Тренер - відповідає за розробку та проведення тренувань для клієнтів, допомагає відвідувачам виконувати вправи на тренажерах, допомагає відстежувати прогрес клієнтів та надає поради щодо здорового способу життя.
3. Адміністратор - відповідає за прийом та розміщення клієнтів, організацію графіка роботи, збір та аналіз даних клієнтів, контроль виконання розкладу тренувань та інші адміністративні обов'язки.
4. Прибиральниця - відповідає за прибирання і дезінфекцію тренажерного залу та спорядження.

У залежності від конкретних вимог, до співробітників тренажерної зали можуть бути поставлені різні вимоги. Наприклад, тренер повинен мати вищу або середню спеціальну освіту в галузі фізичної культури та спорту, а також проходити постійну підвищення кваліфікації. Адміністратор повинен бути добре організованим, мати досвід роботи з клієнтами та вміти працювати з базами даних та програмним забезпеченням.

Таблиця 2.8

Фонд оплати праці, грн. на місяць

Посада	Заробітна плата, грн.	Кількість штатних одиниць, осіб	Фонд оплати праці, грн.	ЄСВ (22%), грн.
Директор	8000	1	8000	
Бухгалтер (аутсорс)	5000	1	5000	
Тренер	6500	4	26000	
Адміністратор	6500	2	13000	
Прибиральниця	3800	1	3800	
Всього		12	55800	12200

Джерело: складено автором

Витрати на оренду та забезпечення роботи тренажерної зали «Булава» (споживання електроенергії, тепла, води), складуть у сумі майже 20% від загального обсягу витрат, і є другою за значенням статтею витрат.

Починаючи із другого року функціонування тренажерної зали «Булава» необхідно враховувати витрати на ремонт основних засобів і, насамперед тренажерів. Згідно з відомостями, отриманими від продавців, вони можуть скласти близько 5 тис. грн. розраховуючи у середньому на місяць.

Висновки до розділу 2.

1. Обсяг ринку фітнес-послуг в Україні в 2020 р. склав лише 144,3 млн. дол., що в 4,4 рази менше докризових показників. Крім економічних факторів, свій вплив на падіння ринку надали військові дії на території нашої держави, що в цілому негативно вплинули на її інвестиційну привабливість та активність підприємницького сектору. Що стосується кількісних показників, на початок 2021 р. в Україні функціонувало понад 1000 фітнес-клубів, що майже на 60 закладів менше ніж у минулому році.

2. Паралельно з цим українська індустрія фітнесу переживає період укрупнення бізнесу, 70% закладів належать мережевим операторам. Однак менш 30% немережевих спортивних залів можна назвати повноцінними фітнес-клубами з усіма необхідними допоміжними приміщеннями і послугами.

3. Загальна сума початкових витрат на відкриття фітнес-клубу складає 534,5 тис. грн. З них 157 тис. необхідно для придбання спеціального обладнання. Сума операційних витрат складає у середньому 112,7 тис. грн. на місяць.

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ ТРЕНАЖЕРНОЇ ЗАЛИ «БУЛАВА»

3.1 Прогнозування прибутку від функціонування тренажерної зали

Визначення обсягу виручки від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт) має певні характеристики, які залежать від сфери діяльності суб'єкта господарювання: виробництва, торгівлі чи послуг.

У компаніях сфери послуг прибуток зазвичай розраховується прямим методом, тобто прибуток розраховується на основі конкретних видів послуг, які виробляються та продаються. Для розрахунку необхідна наступна інформація: перелік конкретної номенклатури послуг, що виконуються, вартість послуги та ціна за одиницю.

«Загальна величина прибутку компанії отримується з тих же джерел, що й дохід, і її розрахунок передбачає обґрунтування цінової стратегії та обсягу реалізації послуг установи. Дохід — це збільшення економічної вартості в результаті надходження активів або зменшення зобов'язань, що призводить до збільшення власного капіталу компанії. Дохід компанії залежить від обраного асортименту, ціни та маркетингової стратегії» [31].

Для ціноутворення послуг тренажерного залу «Булава» застосовано конкурентний метод ціноутворення. При визначенні собівартості вигідним є метод, який враховує конкурентну позицію компанії та надану послугу, а також весь конкурентний ландшафт на ринку. У цьому випадку собівартість проданих товарів розраховується шляхом аналізу можливостей товарів, пропонуєваних даною компанією, відносно конкурентів на цьому ж ринку, а також ціни, яка склалася на ринку. У результаті метод розпізнавання цін з такою спрямованістю передбачає врахування ціни зміною конкурентної ситуації або конкурентної позиції компанії на ринку. Тут використовується метод ціноутворення, орієнтований на ринкові ціни; для формування ціни використовується метод імітації ціноутворення компанії-лідера;

використовується метод ціноутворення на основі цін, прийнятих на цьому ринку; використовуються методи престижного та конкурентоспроможного ціноутворення.

Обсяг послуг розраховується виходячи з пропускної здатності клубу та середнього завантаження подібних закладів, потім коригується на унікальну вартість послуг. Типовий порядок диференціації абонементів стандартний: рік, 6 місяців, 3 місяці, місяць. Враховуючи специфіку контингенту спортзалу «Булава», від одноразових занять відмовились на користь пробних безкоштовних. Результати розрахунку передбачуваної суми доходу наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Номенклатура та обсяг доходів від послуг тренажерної зали «Булава» у розрахунку на місяць

Статті доходів	Ціна, грн.	Кількість проданих одиниць	Виручка, тис. грн.
Абонемент річний	6500	4	26
Абонемент 6 місяців	3500	12	42
Абонемент 3 місяці	1800	40	72
Абонемент місяць	650	40	26
Індивідуальні тренування	100 (та 100 тренеру)	360	36
Всього			204

Джерело: складено автором.

Ціни підписки можуть бути змінені. До основних методів корекції відносяться: зниження націнки індивідуальних побажань клієнтів; коригування інфляції; коригування ціни на рівень попиту.

Обсяг продажів розраховувати, виходячи з сезонного характеру бізнесу оздоровчих та спортивних послуг. У червні-серпні їх концентрація становить приблизно 60% від попередньої. У той же час таким обсягом можна пожертвувати лише заради отримання знижок. Крім того, зростання попиту спостерігається в лютому-березні (акція «Схуднути до літа») і перед новим

роком (абонементи в подарунок, мотивація з нового року - новий початок і т.д.).

Це призвело до створення обсягу інформації, необхідної для розрахунку параметрів проєкту.

Обсяг реалізації продукції розраховується в таблиці 3.1 за кількістю занять. У наших розрахунках ми припускаємо, що для досягнення цього рівня знадобиться 4 місяці реалізації проєкту. Так само ми розбиваємо дані про витрати на відповідні компоненти. Після цього ми маємо дані про рух грошових коштів, отримані з балансів.

Проєкт «Булава» фінансується за рахунок кредиту Приватбанку на 12 місяців за ставкою 26% річних.

Наступним етапом документального оформлення фінансового плану проєкту є аналіз показників, які демонструють його ефективність. Показники ефективності проєкту поділяються на абсолютні та відносні. До абсолютних сум прибутку належать: валовий, операційний і чистий (табл. 3.2.)

Таблиця 3.2

План прибутків, грн

№	Показник	7. 2023	8. 2023	9.2023	10.2023	11.2023	12.2023	2024	2025	1-6. 2026
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Валовий обсяг продажу			74000,00	148000,00	222000,00	296000,00	3309280,00	3309280,00	1776000,00
2.	Чистий обсяг продажу			74000,00	148000,00	222000,00	296000,00	3309280,00	3309280,00	1776000,00
3.	Відрядна заробітна плата			13542,00	27084,00	40626,00	54168,00	605598,24	605598,24	325008,00
4.	Валовий прибуток			13542,00	27084,00	40626,00	54168,00	605598,24	605598,24	325008,00
5.	Адміністративні витрати	1700,00	1700,00	60458,00	120916,00	181374,00	241832,00	2703681,76	2703681,76	1450992,00
6.	Виробничі витрати			1700,00	1700,00	1700,00	1700,00	20400,00	20400,00	10200,00
7.	Маркетингові витрати			30000,00	30000,00	30000,00	30000,00	360000,00	360000,00	180000,00
8.	Зарплата адміністративного персоналу	14640,00	14640,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	36000,00	36000,00	18000,00
9.	Зарплата виробничого персоналу			14640,00	14640,00	14640,00	14640,00	175680,00	175680,00	87840,00
10.	Сумарні постійні витрати	16340,00	16340,00	53436,00	53436,00			641232,00	641232,00	320,616,00
11.	Амортизація			102776,00	102776,00	102776,00	102776,00	1233312,00	1233312,00	616656,00
12.	Відсотки по кредитах			6027,78	6027,78	6027,78	6027,78	72333,33	72333,33	36166,67
13.	Сумарні невиробничі витрати			6027,78	6027,78	6027,78	6027,78	72333,33	72333,33	36166,67
14.	Інші витрати	164041,67	153458,33							
15.	Збитки попередніх періодів		180381,67	350180,00	398525,78	386413,56	313843,33	180815,11		
16.	Прибуток до оподаткування	-180381,67	-350180,00	-398525,78	-386413,56	-313843,33	-180815,11	1217221,32	1398036,43	798169,33
17.	Податок на прибуток	-180381,67	350180,00	-398525,78	-386413,56	-313843,33	-180815,11	1217221,32	1398036,43	798169,33
18.	Чистий прибуток	-180381,67	350180,00	-398525,78	-386413,56	-313843,33	-180815,11	1217221,32	1398036,43	798169,33

Джерело: складено автором

З інформації в таблиці 3.2 видно, що проєкт стає фінансово прибутковим з 2019 року. Також загальна сума чистого прибутку за останні шість місяців завершення проєкту становитиме 798,2 тис. грн.

Щодо зниженої ефективності проєкту, вони будуть обговорюватися в наступному параграфі.

3.2 Розрахунок критеріїв ефективності

Можна виділити статичний і динамічний підходи до оцінки існуючих у вітчизняній практиці проєктів. Статичні методи прості у використанні, але недостатньо точні та підходять для прийняття рішень із невеликими інвестиціями, насамперед призначені для невеликих компаній, яким бракує часу чи фінансових можливостей для проведення складних розрахунків.

Динамічні методи засновані на порівнянні витрат і вигод від інвестицій з часовою складовою за весь період інвестування. Вони є похідними від застосування методів дисконтування. Ставка дисконту, яка використовується для об'єднання різних грошових значень і результатів в один момент часу, залежить від ступеня ризику, пов'язаного з оцінюваним проєктом, і процентної ставки за кредитом.

Навпаки, динамічні методи оцінки інвестицій не враховують минулі інвестиції чи доходи, а натомість беруть до уваги інвестиції та надходження поточного періоду, які відрізняються залежно від того, коли вони були реалізовані. Ці відмінності ґрунтуються на фундаментальних принципах і підходах, які склалися в світовій практиці при оцінці ефективності інвестицій [32]:

«- Моделювання товарних, ресурсних і грошових потоків;

- Облік результатів аналізу ринку, фінансового стану компанії, що бажає реалізувати проєкт, ступеня довіри до керівників проєкту, впливу проєкту на навколишнє природне середовище;

- Аналіз ефекту шляхом порівняння майбутніх загальних витрат і доходів об'єданого суб'єкта господарювання, беручи до уваги мету досягнення певної норми доходу на капітал або інший показник;

- Зробити майбутні диспропорції доходів і витрат порівнянними в грошовому виразі в початковому періоді;

- Оцінка впливу інфляції, несвоєчасних платежів та інших факторів на вартість використаних коштів;

- Звернення до невизначеності та небезпек, пов'язаних із реалізацією проєкту».

За швидкістю окупності проєкту визначте частку чистого доходу, отриманого від реалізації проєкту, до первісних витрат [32]:

$$I = \frac{R}{C_0} = \frac{B - C}{C_0}, \quad (3.1)$$

де: I - рівень окупності проєкту;

R – чистий прибуток;

B – проєктні доходи;

C - проєктні витрати;

C₀ - початкові витрати.

Ця цифра вказує, скільки разів початкові витрати повертаються як прибуток від завершення проєкту.

«Наступним компонентом аналізу проєкту є точка беззбитковості (або поріг рентабельності), яка вважається обсягом виробництва або продажу послуг, при якому починаються збитки, але все ще приносить прибуток. Процес беззбитковості дозволяє визначити: обсяг продажів, необхідний для покриття витрат і отримання прибутку, залежність прибутку компанії від зміни ціни, змінні та постійні витрати, вартість кожного продукту в загальних витратах структури. У результаті точка беззбитковості визначається діленням

загальної суми постійних витрат на різницю між ціною одиниці продукції та змінними витратами на одиницю продукції» [32].

Оцінка та обґрунтування інвестицій є одним із найскладніших завдань, з якими стикаються дослідники, - розрахунок ставки дисконту є одним із найскладніших завдань. Правильний вибір ставки дисконтування підвищує точність економічних показників, пов'язаних з оцінюваним інвестиційним проектом (наприклад, чиста зведена вартість (NPV), дисконтований період окупності інвестицій, прибутковість інвестицій і капіталу тощо), і забезпечує адекватність проведених розрахунків економічним умовам ринкового середовища, в якому призначений проєкт. Для відкриття фітнес-клубу знижка встановлена в розмірі 25%.

«Показник чистого поточного прибутку (NPV) є найпоширенішим показником, який використовується для оцінки прибутковості проєкту, але він скоригований на тимчасовий компонент. Ця статистика являє собою загальний абсолютний результат інвестиційної діяльності, її кінцевий ефект. NPV прийнято вважати різницю між дисконтованими за один період показниками прибутку і витрат, відповідно $B(t)$ і $C(t)$. Якщо доходи і витрати представлені як безперервний потік, то NPV дорівнює поточній вартості цього потоку. Значення NPV є основою для розрахунку інших показників ефективності»[32].

У результаті потік доходу повинен описуватися розмірностями $Rt=B(t)-C(t)$, причому ці величини можуть бути позитивними або негативними. Далі, припускаючи, що ставка порівняння дорівнює q , ми маємо [32]:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B(t) - C(t)}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^n \frac{R(t)}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^n R(t)V^t \quad (3.2)$$

де Rt - розмір учасника потоку платежів;

V - дисконтний множник по ставці i (ставці порівняння).

Характеризуючи показник чистого приведенного доходу, важливо визнати, що його можна використовувати не тільки для порівняння

ефективності реальних інвестиційних проєктів, а й як критерій їх цілісності.

Окрема інвестиція, яка генерує від'ємне чи нульове чисте зменшення доходу, не враховується, оскільки вона не збільшує дохід компанії від інвестованого капіталу. Якщо показник чистого доходу, який коригує нетто, позитивний, то окремий інвестиційний проєкт дозволить вам збільшити капітал бізнесу та його ринкову вартість. Зі списку запропонованих інвестицій вибирається проєкт з найбільшим скоригованим доходом.

«Індекс прибутковості (*PI*) демонструє відносну прибутковість проєкту або вартість готівки, отриманої на одиницю інвестицій. Тобто індекс прибутковості - це метод, що порівнює теперішню вартість майбутніх грошових потоків з початковими інвестиціями» [31].

Дослідники проєкту використовують різні методи для його розрахунку. Деякі - обчислюють *PI* шляхом ділення чистої приведеної цінності проєкту на вартість початкових інвестицій, наприклад [32]:

$$PI = NPV / C_0 \quad (3.3)$$

де:

NPV - чиста приведена цінність проєкту;

C₀ - початкові витрати.

У цьому випадку критерій для прийняття рішення подібний до рішення, заснованого на *NPV*, яке є $PI > 0$.

Чим більше значення цього числа, тим більше прибутковість капіталу. Якщо *PI* більше 1, проєкт вважається ефективним і має бути реалізований. Якщо *PI* менше 1, від проєкту слід відмовитися, оскільки він не є фінансово вигідним для інвестора. Коли $PI = 1$, проєкт відшкодовує лише інвестований капітал.

Єдина відмінність між *NPV* та індексом прибутковості полягає в тому, що при розрахунку *NPV* початкові витрати віднімаються від очікуваних грошових потоків, тоді як при розрахунку *PI* очікувані грошові потоки діляться на початкові витрати. Проєкт схвалено на основі того, що його рентабельність перевищує одиницю. У результаті, якщо індекс прибутковості

проєкту більше одиниці, теперішня вартість додатна.

Внутрішня норма рентабельності (IRR) — це найвища відсоткова ставка, яку може прийняти інвестор без втрати грошей, якщо всі кошти, необхідні для фінансування проєкту, запозичені, а загальна сума (основна сума плюс відсотки) має бути повернута з доходу, створених проєктом після отримання коштів.

IRR розраховується за такою формулою [32]:

$$IRR = A + \frac{a(B - A)}{(a - b)}, \quad (3.4)$$

де A — величина ставки дисконту, при якій NPV позитивна;

B — величина ставки дисконту, при якій NPV негативна;

a — величина позитивної NPV, при величині ставки дисконту A ;

b — величина негативної NPV, при величині ставки дисконту B .

Точний розрахунок IRR можливий лише за допомогою комп'ютера, але приблизний розрахунок можна зробити за допомогою процесу, який починається з $NPV=0$.

Показники ефективності проєкту розраховуються автоматично. Аналіз показників ефективності тренажерної зали показав, що всі вони в межах допустимого. Для організації, яка працює на ринку фітнес-послуг, значущість показників рентабельності є першорядною.

Як показано в таблиці 3.3, коефіцієнт операційної рентабельності та коефіцієнт чистої рентабельності становитимуть приблизно 45%, що є прийнятним показником для нової компанії у фітнес-індустрії. Другою за значущістю категорією показників, які вказують на потенціал успіху проєкту для інвесторів, є розмір прибутку. З графіка видно, що на кінець запланованого періоду дохід інвесторів становитиме 52 коп. за 1 грн., що вважається дуже вигідною інвестицією для сервісного проєкту.

Таблиця 3.3

Фінансові показники ефективності проєкту тренажерної зали «Булава»

	Показник	2024	2025	1-6.2026
1	2			
1	Чистий обіговий капітал (NWC), UAH	439473,00	1909842,76	3053731,52
1	Чистий обіговий капітал (NWC), USD	16902,81	73455,49	117451,21
3	Коеф. Обігу робітничого капіталу (NCT)	7,53	1,73	1,16
4	Коеф. Обігу основних засобів (FAT)	21,53	40,67	130,95
5	Коеф. обігу активів (TAT)	5,58	1,66	1,15
6	Коеф. рентабельності валового прибутку у (GPM), %	81,7	81,7	81,7
7	Коеф. Рентабельності операц. прибутку (OPM), %	35,34	42,25	44,94
8	Коеф. Рентабельності чистого прибутку (NPM), %	35,34	42,25	44,94
9	Рентабельність оборотних активів (RCA), %	266,10	73,2	52,28
10	Рентабельність позаоборотних активів (RFA), %	760,81	1718,02	5885,12
11	Рентабельність інвестицій (ROI), %	197,15	70,21	51,81
12	Рентабельність власного капіталу (ROE), %	197,15	70,21	51,81

Джерело: складено автором

Інші показники товарообігу також мають високі значення. Значення показників ліквідності, що значно перевищують нормативний рівень, свідчать про наявність резервів розширення діяльності за рахунок власних коштів. Рисунок 3.5 ілюструє загальні показники ефективності проєкту (табл. 3.4.).

Таблиця 3.4.

Інтегральні показники ефективності проєкту

№	Показник	Гривня	Доллар
1	Ставка дисконтування	25,00 %	7,00 %
2	Період окупності	9 міс.	9 міс.
3	Період окупності з дисконтом	10 міс.	9 міс.
4	Середня норма рентабельності	219,35%	219,35%
5	Чистий приведений дохід	2217547 грн.	114832 дол.
6	Індекс прибутковості	4,68	5,91
7	Внутрішня норма рентабельності	406,7 %	406,7 %
8	Модифікована внутрішня норма рентабельності	107,77%	93,14%
9	Тривалість	1,51 рок.	1,6 рок

Джерело: складено автором

Він демонструє, що при ставці дисконтування 25% дисконтований термін окупності проекту становить 10 місяців, а індекс прибутковості – 4,68. При цьому чистий приведений дохід становить 2217 тис. грн., що свідчить про те, що самостійний інвестиційний проект збільшує вартість капіталу підприємства та його частку на ринку.

Характеризуючи показник чистого приведенного доходу, важливо визнати, що він може бути використаний не тільки для порівняння ефективності реальних інвестиційних проектів, але і як критерій їх цілісності.

Внутрішня норма прибутку — це очікувана прибутковість (вона не може бути нижчою за цю величину, а більша для інвестора небажана). Значення IRR - це точка, в якій дохід від інвестованого капіталу дорівнює вартості капіталу. Якщо IRR буде більшою за вартість капіталу, акціонери компанії отримають прибуток. Якщо IRR менше вартості капіталу, капітал акціонерів зменшиться. Метод IRR — це метод класифікації інвестиційних пропозицій на основі норми прибутку на актив, яка дорівнює ставці дисконту, за якої поточна вартість доходу від проекту дорівнює поточній вартості його вартості. Збільшення вартості на 406,7% перевищує ставку дисконту, що свідчить про високу ймовірність успіху та прийнятний ризик, пов'язаний з проектом.

У підсумку, дослідивши ефективність створення нового підприємства з надання оздоровчих та спортивних послуг, можна зробити висновок про необхідність його впровадження. В результаті всі основні показники ефективності інвестування позитивні, що свідчить про потенціал розвитку підприємства в майбутньому.

3.3 Оцінка ризиків та шляхи їхньої мінімізації

Нестабільність економічного клімату, вороже конкурентне середовище, зниження рівня доходів населення сприяють посиленню негативного впливу

різноманітних кризових явищ на ділову активність у всіх сферах економічного життя, у тому числі й у сфері фітнес-послуг.

Загалом ризик вважається потенційною загрозою втрати ресурсів або недоотримання доходу замість отримання доходу. На вільному ринку ризик вважається невід'ємною частиною управління. Невизначеність нерозривно пов'язана з неможливістю уникнути ризику. Однак це не означає, що ви повинні шукати заздалегідь визначені рішення, зазвичай вони неефективні. Життєво важливо навчитися прогнозувати ризик, визначати його масштаб і розробляти стратегії його запобігання, і все це є частиною управління ризиком.

Діяльність підприємця у сфері фітнес-послуг вважається ризикованою насамперед через високу конкуренцію та залежність від якості життя населення. І навпаки, випадків банкрутства на ринку фітнес-клубів Одеси практично не було. Навпаки, серед інвесторів ця частина капіталовкладень вважається прибутковою та бажаною. Секретом цього в майбутньому, зокрема, є популяризація здорового способу життя.

Аналіз ризиків - це процедура виявлення факторів ризику та оцінка їх значущості, насправді це ймовірність виникнення небажаних подій, що негативно впливають на цілі проєкту. Аналіз ризиків передбачає оцінку ризиків і розробку методів мінімізації відповідних негативних наслідків. Оцінка ризику – це кількісна або якісна оцінка ризику.

Деякі аспекти ризику проєкту повинні включати [32]:

«1. Невиконання постачальниками своїх зобов'язань щодо тренажерів та іншого обладнання. Однак через конкурентний характер міста є багато постачальників на вибір, що підвищує ймовірність їх диверсифікації.

2. Зміна вартості оренди приміщення. Зміна вартості оренди, звичайно, призведе до подорожчання підписки, але через специфіку споживчого контингенту це не повинно негативно позначитися на прибутковості компанії. Крім того, в умовах оренди зазначено, що платежі, які мають бути здійснені, можуть бути змінені лише у випадку катастрофи.

3. Ефект конкуренції. Фітнес-індустрія є досить конкурентним ринком, тому важливо знати своїх конкурентів та їх переваги. Якщо інші фітнес-клуби надають більш вигідні умови або кращий сервіс, клієнти можуть перейти до іншого клубу, що може призвести до зменшення прибутку. Дослідження потенційних конкурентних переваг тренажерного залу «Булава» обговорюється в Розділі 2. Цей аналіз повинен надихнути нас на переконання, що більшість закладів не матимуть труднощів конкурувати з ним. Крім того, специфіка націлювання на конкретну демографічну групу: жінки, які хочуть схуднути, це гарантує, що заявлені переваги будуть достатньо сильними.

4. Небезпека недоотримання доходу. Його ймовірність невелика, а обсяги продажів залежать від відповідної маркетингової стратегії. Крім того, проєкту передувало дослідження, яке показало, що потенційних клієнтів достатньо.

5. Небезпека втратити приміщення, якщо не продовжити договір оренди. Щоб цього не сталося, договір оренди майна укладено на 5 років. Після цього можливий викуп землі.

6. Виробничі ризики: хвороба тренерів, поломка основного обладнання та ін. Обладнання для тренажерної зали є основою для здійснення фітнес-послуг. Якщо обладнання не функціонує належним чином або не забезпечує належного рівня безпеки, це може призвести до незадоволеності клієнтів та зменшення кількості відвідувань.

7. Небезпека тимчасової втрати послуги. Простої зазвичай спричинені перебоями в електропостачанні, нестачею води, відсутністю персоналу, юридичними чи іншими проблемами. Конкретні небезпеки можна легко уникнути, встановивши генератор, впровадивши систему заміни персоналу та уклавши договір на обслуговування з юридичною фірмою.

8. Ризик здоров'я клієнтів. Фітнес-клуби пропонують різні види тренувань, включаючи інтенсивні тренування, які можуть бути небезпечні для здоров'я людей, які не мають достатньої фізичної підготовки. Це може

призвести до травм, серцевих нападів і інших проблем зі здоров'ям, що можуть викликати скарги і погіршити репутацію клубу».

Найвагомішими показниками потенційної небезпеки тренажерного залу «Булава» є рівень рентабельності всередині та момент, коли його продукція перестане бути прибутковою. Внутрішня норма прибутку становить 406,7%, що у 8 разів перевищує ставку дисконту. Це свідчить про високу надійність запланованого бізнесу.

Представлена інформація вказує на те, що поріг рентабельності поступово знижується протягом проєкту. Якщо на початку є 117,5 клієнтів, то на кінець реалізації проєкту вже досягнуто 102,63. Це викликано зростанням норми прибутку.

Першим кроком у розробці плану управління ризиками є спроба об'єктивно оцінити весь заклад на наявність потенційних небезпек і небезпечних ситуацій, які можуть завдати шкоди членам клубу. Дуже важливо уважно оглянути кожне приміщення та розглянути, які ризики можуть виникнути в цій зоні або яка ймовірність нещасного випадку.

Однією з найпоширеніших проблем, пов'язаних зі змінними зонами, є відсутність адміністрування в нагляді за адміністрацією цих зон фітнес-центру. Щоб уникнути пошкодження меблів або втрати шафок, рекомендується встановити в цій зоні відеоспостереження. Крім того, працівнику клубу вигідно проводити часті перевірки роздягалень.

Щоб уникнути підвищеної небезпеки, менеджери фітнес-клубів повинні забезпечити належний дренаж у всіх зонах, включаючи простір між душовими та іншими зонами. Крім того, працівник, відповідальний за чистоту клубу, повинен стежити за накопиченням мила та інших рідин, які можуть спричинити слизькість підлоги, таким чином проблему можна вирішити швидше.

Травми, отримані через погану техніку або спроби виконати важку вправу без страховки, викликають велике занепокоєння в зоні вільної ваги в

тренажерному залі. Дуже важливо, щоб інструкції щодо правильної техніки, а також відповідні знаки були розташовані в зоні вільних ваг або поблизу неї.

Дуже важливо регулярно перевіряти обладнання на наявність зношених проводів, компонентів та інших пошкоджень, які можуть становити загрозу для здоров'я споживача. Необхідно переконатися, що бігові доріжки розташовані так, щоб клієнти не могли фізично торкатися один одного, крім того, бігові доріжки повинні бути виключені, оскільки клієнт може вдаритися об стіну та бути кинутим, якщо він спіткнеться об бігову доріжку та вдариться об стіну.

Розробляючи стратегію управління ризиками, менеджер спортивної організації повинен пам'ятати, що мінімізувати всі ризики, пов'язані з тренуваннями та використанням фітнес-обладнання одночасно, непрактично.

У підсумку найбільш суттєвими факторами зниження ризику створення тренажерного залу «Булава» є: оптимізована бізнес-модель; професійна команда тренерів; раціональна система інвестування проєктів; організована інфраструктура, яка підтримує законодавчі та виконавчі органи влади; та надійні постачальники обладнання.

Враховуючи зазначені причини, для зниження ризику під час реалізації проєкту будуть застосовані наступні заходи. При виборі цінової стратегії важливо враховувати фінансові можливості потенційних клієнтів, наявність конкурентів і їх цінову стратегію. Вкрай важливо систематично досліджувати ринок послуг, пов'язаних із спортом, бути обережним у виборі партнерів і уникати безпосередньої роботи з партнерами під час розробки нових послуг.

Щоб звести до мінімуму ймовірність втрати клієнтів, персонал необхідно ретельно відбирати і систематично перенавчати. Важливо завжди пам'ятати, що люди відвідують спортивний центр, щоб побачитися з тренером. Особливу увагу слід приділити оцінці досягнутих результатів. Адже якщо поставлена мета (схуднути) не буде досягнута, клієнт може залишити клуб або припинити займатися спортом.

Більше уваги слід приділяти маркетинговій діяльності: проведенню ефективної рекламної кампанії, передбаченню дій конкурентів і вчасному вживанню контрзаходів для пом'якшення негативних наслідків цих дій, прогнозуванню сезонних та інших коливань обсягів послуг, що надаються. Паралельно розширюйте спектр послуг, наприклад, масажем або косметичними процедурами.

Висновки до розділу 3.

1. За результатами розрахунків виявлено, що для тренажерної зали період окупності проєкту становить 9 місяців, середня норма рентабельності 219,35 %, чистий приведений дохід 2217547 грн., індекс прибутковості 4,68.

2. За розрахованими показниками ефективності можна зробити висновок, що проєкт є прибутковим. Тож, проєкт рекомендовано до реалізації.

3. Для створюваного бізнесу існує декілька видів ризиків, таких як виробничі, фінансові, комерційні, політичні, природні та інші. Запобігання можливим ризикам буде здійснюватися шляхом раціональної системи інвестування проєкту, сприяння обізнаності тренерів та відвідувачів фітнес-центру щодо техніки безпеки, вибору надійних контрагентів.

ВИСНОВКИ

1. Відкрити фітнес центр мріють багато підприємців. Побудувати власний престижний бізнес на здоров'ї і спорті - чудовий варіант для стартаперів. І хоча дана ніша здається заповненою і в великому, і в маленькому місті, кількість бажаючих піти на тренування з кожним днем зростає. Організація даного бізнесу - процес трудомісткий, вимагає значних інвестицій. Але окупити вкладені кошти можна швидко, в разі правильної організації всіх процесів і правильно обраної концепції.

2. Послуги, що надаються спортивно – оздоровчими установами носять специфічний характер тому, що сама принцип їх надання належить до категорії соціальної підтримки і оздоровлення населення. Наразі в Одесі не вистачає повноцінних спеціалізованих закладів спортивно оздоровчого характеру, особливо це стосується спальних районів та нових житлових масивів. Отже проєкт з відкриття даної тренажерної зали можна вважати доцільним та перспективним.

3. Реалізація бізнес-ідеї щодо створення тренажерної зали передбачає реєстрацію ФОП та функціонування на спрощеній системі оподаткування (2 група).

4. Обсяг ринку фітнес-послуг в Україні в 2020 р. склав лише 144,3 млн. дол., що в 4,4 рази менше докризових показників. Крім економічних факторів, свій вплив на падіння ринку надали військові дії на території нашої держави, що в цілому негативно вплинули на її інвестиційну привабливість та активність підприємницького сектору. Що стосується кількісних показників, на початок 2021 р. в Україні функціонувало понад 1000 фітнес-клубів, що майже на 60 закладів менше ніж у минулому році.

5. Паралельно з цим українська індустрія фітнесу переживає період укрупнення бізнесу, 70% закладів належать мережевим операторам. Однак менш 30% немережевих спортивних залів можна назвати повноцінними

фітнес-клубами з усіма необхідними допоміжними приміщеннями і послугами.

6. Загальна сума початкових витрат на відкриття фітнес-клубу складає 534,5 тис. грн. З них 157 тис. необхідно для придбання спеціального обладнання. Сума операційних витрат складає у середньому 112,7 тис. грн. на місяць.

7. За результатами розрахунків виявлено, що для тренажерної зали період окупності проєкту становить 9 місяців, середня норма рентабельності 219,35 %, чистий приведений дохід 2217547 грн., індекс прибутковості 4,68.

8. За розрахованими показниками ефективності можна зробити висновок, що проєкт є прибутковим. Тож, проєкт рекомендовано до реалізації.

9. Для створюваного бізнесу існує декілька видів ризиків, таких як виробничі, фінансові, комерційні, політичні, природні та інші. Запобігання можливим ризикам буде здійснюватися шляхом раціональної системи інвестування проєкту, сприяння обізнаності тренерів та відвідувачів фітнес-центру щодо техніки безпеки, вибору надійних контрагентів.

Список використаних джерел:

1. Аналіз ринку спортивно-оздоровчих послуг. URL: <http://www.marketing.vc/>
2. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ.; 2008. 640 с.
3. Бережна О. Рекреаційно-оздоровчий комплекс як фактор розвитку малого міста. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2004. № 3 (34). С. 104-108.
4. Благій О. В., Лисакова Н. О. Тенденції розвитку групових фітнес-програм. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2013. № 2. С. 54–58.
5. Бубела О. Ю. Оздоровчий фітнес. *Фізичне виховання*. 2013. С. 7-9.
6. Ващук Л. М. Передумови розвитку та становлення фітнесу в Україні. *Physical education, sports and health culture in modern society*. 2013. № 3 (23). С. 7–9.
7. Вербовий Є. М., Головійчук О. В. Розвиток фізичної культури і спорту в сучасних умовах. *Фізична культура і спорт*. URL: http://www.rusnauka.com/17_APSN_2009/Sport/48353.doc.htm
8. Гайванович Н. В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення. *Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Логістика*. 2009. № 649. С. 145-153.
9. Кочергіна К. Інтереси, функції та правові засоби в генезисі формування організаційно-правових форм комерційних юридичних осіб. *Підприємництво, господарство, право*. 2020. № 8. с. 36-39.
10. Гальченко Л. В. Маркетинг у спорті: навч.-метод. посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.
11. Гасюк І. Л. Механізми державного регулювання господарської діяльності в сфері фізичної культури і спорту. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 18. С. 106–111.
12. Данилишин Б. М., Куценко В. І., Остафійчук Я. В. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства. Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. К. : ЗАТ "Нічлава", 2015. 328 с.

- 13.Доброва Н. В. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
- 14.Дутчак М. В. Спорт для всіх в Україні: теорія та практика. К.: Олімп. л-ра, 2009. 279 с.
- 15.Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб / За заг. ред. Н. В. Сментини. К: ФОП Гуляєва В.М, 2019. 320 с.
- 16.Маркетинг соціальних послуг: Навчальний посібник/ Під ред. д. ф. н., проф. В. Г. Воронкової. К.: „Видавничий дім „Професіонал”, 2008. 575 с.
- 17.Мічуда Ю. П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку. Закономірності функціонування та розвитку. К. : Олімп. л-ра, 2007. 216 с.
- 18.Нерода Н. Н. Характеристика європейської моделі професійного спорту та її відмінності від американської. *Спортивна наука України*. 2016. № 2 (72), С. 68-72.
- 19.Нікітенко С. В. Особливості фінансування фізичної культури та спорту в Україні. *Державне управління*. 2016. №1 (53), С. 54-58.
- 20.Обозна О. М. Розвиток фізичної культури і спорту як важливий напрям державної політики України щодо забезпечення здоров'я громадян. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej20/PDF/8.pdf>
- 21.Площинська А. І. Розвиток державної політики в галузі фізичної культури та спорту в сучасній Україні. *Молода спортивна наука України*. 2018. № 12. С. 158–162.
- 22.Полуяктова О. В. Загальна концепція організації власного бізнесу в Україні у сфері послуг. Менеджмент підприємницької діяльності. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 8. С. 225-266.
- 23.Прокопова Л. І., Чхайло М. Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2012. 298 с.
- 24.Стахів І. М. Основні засади державного регулювання спортивно-оздоровчих послуг. *Економічний форум*. 2014. № 4, С. 24-29.

- 25.Траченко Л. А. Послуга як об'єкт товарознавства: організація та контроль за якістю: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. та доп. Одеса: ОНЕУ, 2015. 414 с.
- 26.Чеховська Л. Я. Теоретико-методичні основи організаційного та кадрового забезпечення системи оздоровчого фітнесу в Україні. *Оздоровчий фітнес України*. 2020. С. 10-11.
- 27.Шканова О. В. Маркетинг послуг: Навч. Посібник. К.: Кондор, 2013. 304 с.
- 28.Козлова В. Ю. Бізнес-планування як ключова складова формування стратегії розвитку підприємства. URL: <http://agroua.net/economics/documents/category-85/doc-1>
- 29.ProFitnessConsulting. URL: <http://www.profitness.com.ua/articles/?n=3>
- 30.Новіков П. М., Суть, завдання та основне призначення бізнес-плану. URL: <http://agroua.net/economics/documents/category-140/doc-281/>
- 31.Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів. URL: https://pidru4niki.com/85996/investuvannya/metodi_otsinki_efektivnosti_investitsiynih_proektiv
- 32.Бізнес планування: навч. посіб. / Л.В. Боденчук, С.А. Горбаченко, Н.А. Клевцевич, І.В. Ліганенко; ОНЕУ. Одеса: Фенікс, 2022. 272 с.