

2. Дурай-Новакова К. М. Формирование профессиональной готовности студентов к педагогической деятельности: автореф. дис. ... докт. пед. наук : спец. 03.00.01 «Радиобиология. М., 1983. 32 с.
3. Курлянд З. Н., Хмельюк Р. І., Семенова А. В. Педагогіка вищої школи : [навч. посіб.]. К. : Знання, 2005. – 399 с.
4. Мартынова Н. В. Структура готовности учителя к самоимджмейкингу // Сибирский педагогический журнал. 2009. С. 183-188.
5. Слобожанінов П. А. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців з фітнесу та рекреації із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія та методика професійної освіти». К., 2017 22 с.
6. Шурхал І. А. Сутність та структура професійної готовності майбутніх учителів фізичної культури // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. 2015. Вип. 125. С. 265-268.
7. Atamas O. A. (2015) Formuvannia hotovnosti maibutnikh uchyteliv fizychnoi kultury do vprovadzhennia tekhnolohii ozdorovchoho fitnesu [Formation of readiness of future teachers of physical culture for the introduction of health fitness technologies]: avtoreferat dys. ... kand. ped. nauk : 13.00.04 «Teoriia ta metodyka profesiinoi osvity». K., 2015. 20 p.
8. Durai-Novakova K. M. (1983) Formirovaniye professyonalnoi hotovnosti studentov k pedahohycheskoi deiatelnosti [Formation of professional readiness of students for pedagogical activity]: avtoref. dys. ... dokt. ped. nauk : spets. 03.00.01 «Radyobyolohiya». M. 32 p.
9. Kurliand Z. N., Khmeliuk R. I., Semenova A. V. (2005) Pedahohika vyshchoi shkoly [Pedagogy of high school]: navchalnyi posibnyk. K. : Znannia. 399 p.
10. Мартынова Н. В. (2009) Структура hotovnosti uchytelia k samoymdzhmeikynhu [Structure of teacher's readiness for self-titling] // Sybyskiy pedahohycheskiy zhurnal. Siberian Pedagogical Journal. P. 183-188.
11. Slobozhaninov P. A. (2017) Formuvannia profesiinoi kompetentnosti maibutnikh fakhivtsiv z fitnesu ta rekreatsii iz zastosuvanniam informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii [Formation of professional competence of future specialists in fitness and recreation with the use of information and communication technologies]: avtoref. dys. ... kand. ped. nauk : 13.00.04 «Teoriia ta metodyka profesiinoi osvity». K., 22 p.
12. Shurkhal I. A. (2015) Sutnist ta struktura profesiinoi hotovnosti maibutnikh uchyteliv fizychnoi kultury [The essence and structure of professional readiness of future teachers of physical culture] // Visnyk Chernihivskoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu. Serii : Pedahohichni nauky. Bulletin of Chernihiv National Pedagogical University. Series: Pedagogical Sciences. Vol. 125. P. 265-268.

**Приступа Євген, Чеховська Любов**  
**Львівський державний університет фізичної культури**

#### ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА МЕРЕЖІ ФІТНЕС КЛУБІВ «SPORT LIFE» У ЛЬВОВІ

*У статті здійснено аналіз аспектів, що впливають на формування конкурентного середовища мережі фітнес клубів «Sport Life» у Львові. Подано характеристику сильних та слабких сторін внутрішнього середовища; можливості та загрози зовнішнього середовища. Їх детальний аналіз дозволяє спрогнозувати стратегію і сформувати конкурентне середовище функціонування мережі фітнес клубів «Sport Life» у Львові.*

**Ключові слова:** конкурентноздатність, фітнес клуб, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище.

**Приступа Евгений, Чеховская Любовь. Формирование конкурентной среды сети фитнес клубов «Sport Life» во Львове.** В статье осуществлен анализ аспектов, влияющих на формирование конкурентной среды сети фитнес клубов «Sport Life» во Львове. Дана характеристика сильных и слабых сторон внутренней среды; возможности и угрозы внешней среды. Их детальний анализ позволяет спрогнозировать стратегию и сформировать конкурентную среду функционирования сети фитнес клубов «Sport Life» во Львове.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, фитнес клуб, внешняя среда, внутренняя среда.

**Prystupa Yevgen, Chekhovska Liubov. Formation of the competitive environment of the fitness network "Sport Life" clubs in Lviv.** The aspects that influence on formation of the competitive environment of the fitness clubs "Sport Life" network in Lviv are analyzed in article. Healthy competitive environment promotes the implementation of innovations, saving resource costs, optimally satisfaction of demand, lowering prices, etc. The SWOT - analysis of the activity of the fitness club "Sport Life" in Lviv allowed to establish strong (favorable placement, promotions for club cards, "freezing" of cards for a certain period of time, support for social sports events, etc.) and weak (high prices, availability of only an annual subscription, lack of conditions for training of the disabled, etc.) sides of internal environment, opportunities (opening new clubs, attracting new consumers, opening new fitness directions for pregnant women, disabled and elderly people, etc.) and threats (appearance of new fitness clubs, low consumer activity, high inflation, low solvency of the population, raising of cards prices etc.) of external environment. The analysis of the activity aspects of the fitness network "Sport Life" clubs has shown that they create an environment of competitiveness, they have the potential for further development and a number of advantages (constant expansion of range services, programs for all categories of citizens, personal training) to potential competitors.

**Key words:** competitiveness, fitness club, external environment, internal environment.

**Постановки проблеми.** Більшість керівників розуміють, що успіх організації залежить від ефективності їх роботи, прийняття оптимальних управлінських рішень, вивчення ринку і підбору персоналу [10, 13]. Функціонування

фітнес клубу буде ефективним тоді, коли всі види його діяльності базуватимуться на обізнаності у споживчому попиті, прогнозуванні майбутніх змін [6, 14,17]. Фітнес клуби, які реалізують свій специфічний товар – фітнес послуги зацікавлені у його успішному просуванні. Для їх ефективної реалізації необхідно формування і дотримання грамотної маркетингової стратегії [13,14,15]. За оцінками аналітиків, фітнес-індустрія за темпами розвитку посідає друге місце в світі (після високих технологій) [18, 19]. Так, у 2013 році світова фітнес-індустрія в цілому мала близько 75,5 млрд. доларів прибутку [18, 19]. Хоча за кількістю пропозицій спортивно-оздоровчих послуг Україна поки істотно поступається США і країнам Європи, темпи зростання вітчизняного ринку – стрімкі [6].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Нині фітнес індустрію визнано пріоритетною галуззю економіки України, і для її подальшого розвитку важливого значення набуває проблема досягнення конкурентоздатності її об'єктів (фітнес клубів) на ринку [6,11,16]. Саме тому питання конкурентоздатності є досить актуальним і широко висвітлюється у сучасній науковій літературі. Розглядалися питання оцінювання конкурентоспроможності товару [1], значно менше – організації [2, 8].

Отже, конкурентоздатність – це здатність фітнес клубу витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними клубами на даному ринку [4]. Конкурентоздатність фітнес клубу – це комплексна характеристика його відмінностей від інших клубів за ступенем задоволення товарами/послугами потреб споживачів та ефективністю діяльності [3,12]. Конкурентоздатність фітнес клубу, яка базується на його відмінностях від інших на ринку, може бути оцінена в довгостроковому періоді, тоді як конкурентоздатність послуги може бути визначена у будь-який, навіть незначний відрізок часу [3]. Необхідність оцінювання результативності діяльності фітнес клубу або послуги обумовлена потребами самої організації в аналізі власної діяльності, ідентифікації резервів її покращання і потребами клієнтів, посередників, конкурентів у процесі планування діяльності. Фітнес клуби вимушені прикладати все більше зусиль у боротьбі за клієнта. Тільки успішні конкурентні дії дозволять фітнес клубу продовжити свою діяльність в умовах погіршення макроекономічної ситуації. Таким чином, сьогодні актуальним є вивчення інновацій та дій, що входять до конкурентної тактики і стратегії фітнес клубу. Саме це забезпечить зростання та успіх спортивної організації.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота виконується відповідно до наукової теми кафедри фітнесу та рекреації ЛДУФК «Технологія залучення населення до оздоровчої рухової активності» (протокол №8 засідання вченої ради ЛДУФК від 19.04.2016р. № державної реєстрації 0117U 003040).

**Мета дослідження:** проаналізувати аспекти діяльності, які впливають на формування конкурентного середовища мережі фітнес клубів «Sport Life» у Львові.

**Методи дослідження:** теоретичний аналіз та узагальнення наукової літератури, інформації світової мережі Інтернет, SWOT – аналіз.

**Результати дослідження та їх обговорення.** У своїй повсякденній діяльності фітнес-клуб повинен бути досить стабільним і рентабельним для того, щоб приносити своїм власникам дохід. Намагаючись залучити якомога більшу кількість клієнтів, усі фітнес-клуби вступають у конкурентні відносини, які стають неодмінним супутником їх щоденної роботи [6,10]. Разом з тим, усі альтернативні види дозвілля складають конкуренцію фітнесу. Досліджуючи стан фітнес індустрії м.Львова, ми опиралися на основні фактори, які впливають на конкурентну боротьбу: доступність, асортимент послуг та їх ціна, турбота про клієнта тощо. Отже, встановлено функціонування у Львові 78 фітнес клубів (5% від усіх діючих в Україні) [5]. Насиченість ринку фітнес клубами у місті є нерівномірною. Лише 7,7 % з них мають більше однієї філії. Інша частина закладів, що має один офіс - складає основну масу Львівської фітнес індустрії [16]. Ці клуби орієнтуються, перш за все, на людей із нижчим за середній достатком. Споживачами фітнес послуг у Львові є лише 51576 чоловік (6,8%) [5,16]. Найбільш популярними мережевими фітнес клубами є: «FitCurves» (8 клубів), «Sport Life», «Ківі фітнес», «Олімп», «Ліга», «Формула краси» (по 4 клуби відповідно). Усі названі заклади пропонують і надають населенню міста різноманітний асортимент фітнес послуг. Однак, найбільш популярною серед мешканців Львова є мережа фітнес клубів «Sport Life» [7]. На офіційному сайті можна знайти багато інформації про фітнес клуби мережі «Sport Life» у різних містах України: про компанію, персонал, про партнерів мережі, соціальну відповідальність, наявність клубних карток (ціна не вказана, є тільки акційні ціни), додаткові послуги, розклад занять тощо. Його аналіз дозволив охарактеризувати аспекти діяльності, що впливають на конкурентоздатність [7]. Мережа «Sport Life» представлена в Україні 56 клубами у 14 найбільших містах країни. Клуби працюють у великому часовому діапазоні - з 7.00 до 23.00 год. (у робочі дні) та з 9.00 до 22.00 год. (у вихідні), що є зручним для вибору часу занять. Характеристику матеріально-технічного забезпечення мережі подано у табл.1

Таблиця 1

Матеріально-технічне забезпечення мережі «Sport Life»

№	Види послуг	Кількісні характеристики	Особливості обслуговування та обладнання
1	заняття у басейні	110 великих басейнів, 60 дитячих і для немовлят	5 етапів очищення води
2	заняття у тренажерному залі	150 залів, (55 000м <sup>2</sup> )	6 000 професійних тренажерів (світових марок: Precor, Life Fitness, Star Track, Hammer, TechnoGym.)
3	групові заняття	180 багатofункціональних студій	350 видів фітнес програм
4	дитячий фітнес	45 дитячих фітнес-академій «Спортлайф»	80 видів занять (аеробіка, сквош, бойові мистецтва, сайкл, танці, TRX та ін.)
5	додаткові послуги: SPA процедури тощо	140 лазень та саун	45 російських лазень, 43 фінські сауни, 38 римських парних, 10 парних із різних куточків

			світу, 100 масажних кабінетів, 30 лаунж-барів, 20 салонів краси; 120 соляріїв
6	корпоративний фітнес	існує при всіх клубах	перевага перед конкурентами на ринку праці; ефективний спосіб додаткової мотивації персоналу; зменшення кількості днів непрацездатності співробітників і значно покращується продуктивність праці. Умови корпоративної програми поширюються також і на членів сімей співробітників.

Саме такий широкий спектр послуг забезпечує популярність фітнес клубів мережі «Sport Life» серед населення України. Вигідним і зручним для клієнтів є те, що вони мають можливість відвідувати фітнес клуби даної мережі у різних містах при наявності карток категорії Lux&SPA, Lux&SPA ultra, Premium&SPA, Premium, Classic+b&SPA, Classic+b, Classic&SPA, Classic. Перші чотири картки дають можливість отримання усіх послуг фітнес клубу, а їх ціна - від 25000грн./рік. Ціна клубних карток Premium та Classic - в межах від 16000грн. до 25000грн. на рік (4190 грн. до 7990грн. за рік відповідно акційних цін). Незалежно від придбаної клубної картки, усі клієнти отримують початковий інструктаж у тренажерному залі, можливість його відвідування та участі у групових заняттях. Слід зазначити також наявність клубних карток для дітей. При вході в клуб магнітна картка зчитується енкодером і обслуговуючий персонал на рецепції фіксує її тип, що визначає перелік послуг, які можуть бути надані власнику картки [7]. Оскільки м. Львів посідає 5-те з 9-ти місць (5%) серед 24 міст країни, то його можна вважати середньостатистичним містом [5, 16]. Розглянемо характеристику функціонування фітнес клубів названої мережі (табл.2).

Таблиця 2

## Характеристика фітнес-клубів «Sport Life» (м. Львів)

Місце знаходження	Площа	Спектр послуг, характеристика обладнання
вул.Героїв УПА,72	4000м <sup>2</sup>	<b>Сквош:</b> 2 професійних сквош-корт. <b>Аквазона:</b> дорослий басейн 25x12,6м; 12м басейн для дітей; <b>Тренажерний зал:</b> кардіотеатр, вантажоблочні тренажери, вільні ваги, premium-зал та зона бойових програм; енерджі-бар; <b>3 фітнес-студії:</b> сайкл, групових та танцювальних програм; <b>Дитяча фітнес-академія:</b> розвиваючі та навчальні програми, танці, плавання, дитячий фітнес, навчальний клас <b>SPA:</b> банний лаунж (російська лазня, фінська сауна, римська парна); 2 масажні кабінети. лаунж-зона; салон краси; солярій
вул.Зубрівська, 38	5500м <sup>2</sup>	<b>Сквош:</b> 2 корти з панорамним видом на тренажерний зал. <b>Аквазона:</b> спортивний басейн на 8 доріжок, дитячий басейн: 15x3 м (максимальна глибина 1,2 м), басейн для немовлят; <b>Тренажерний зал:</b> кардіотеатр, вільні ваги, вантажоблочні тренажери, premium-зал; <b>4 фітнес-студії:</b> сайкл, бойових програм та 2 фітнес-студії <b>Дитяча фітнес-академія:</b> програми для розвитку, танці, плавання, дитячий фітнес. <b>SPA:</b> банний лаунж (російська лазня, фінська сауна, римська парна); 3 масажних кабінети; солярій; простора лаунж-зона з баром.
вул.Чорновола, 676	3000 м <sup>2</sup>	<b>Аквазона:</b> басейн для плавання, аквааеробіки, дитячий басейн, басейн для немовлят, джакузі, аквабар; <b>Тренажерний зал:</b> кардіотеатр, вантажно-блочні тренажери, вільні ваги, стретчинг та premium-зал; <b>3 фітнес-студії:</b> сайкл, універсальна та premium-студія; <b>Дитяча фітнес-академія:</b> спортивні секції, навчання, фітнес та творчі заняття; <b>SPA:</b> банний лаунж (російська лазня, фінська сауна, римська парна), холодний басейн, масажний кабінет, солярії, соляні кімната і печера
вул.Наукова 7д	1000 м <sup>2</sup>	<b>Тренажерний зал:</b> кардіотетр, вільні ваги, вантажно-блочні тренажери, стретчинг і зона боксу, енерджі-бар. <b>3 студії групових програм:</b> сайкл, універсальна студія групових програм

Отже, усі клуби володіють великою площею, що дозволяє запропонувати споживачеві різноманітний арсенал послуг. Так, усі клуби пропонують заняття у тренажерному залі та фітнес студіях (для групових і танцювальних занять). Більшість клубів мають: аквазону, зону тренажерів, фітнес-студії для проведення групових занять, SPA і дитячу зону. Лише найменший за площею клуб (1000м<sup>2</sup>), що розташований в офісному приміщенні «Оптіма-Плаза» має тільки дві зони: для занять на тренажерах та групових занять. Попри найменшу площу, розташування клубу в бізнес-центрі має свої переваги щодо залучення до занять співробітників офісів, які мають можливість займатися поряд із місцем роботи (економія часу на добирання).

В цілому, клуби «Sport Life» пропонують львів'янам близько 30 фітнес програм, однак кожен із них має свій їх перелік.

Так, у фітнес клубі по вул. Героїв УПА пропонують хатха його, стріппластику та AC Power Stretch; у клубі на вул. Чорновола – Fly його та Body art; у клубі на Сихові – кікбоксінг, міофасциальне розслаблення та Reggaeton Latino; на вул. Науковій – ABT і Zumba. Так, 3 фітнес клуби мають басейни, а 2 з них – для немовлят. Два клуби пропонують

населенню корти для сквошу. У трьох клубах є дитяча фітнес-академія, яка пропонує розвиваючі та навчальні програми, танці, плавання, дитячий фітнес. У фітнес клубах є SPA зона для відновлення.

Діяльність мережі клубів забезпечують 172 співробітники, з яких 46,5% мають вищу фахову освіту. Більшість фахівців (54,6%) працюють інструкторами тренажерного залу, 18% - персональними тренерами басейну, 16,3% - тренерами групових занять, 9,3% - ведуть заняття з дітьми, а 1,7% - проводять заняття зі сквошу. Щодо контингенту клієнтів клубів, встановлено, що його складають: 59% чоловіків, 31% жінок та 10% дітей. У тренажерному залі проводиться 110-130 персональних тренувань щодня. Нами проаналізовано денну відвідуваність клієнтами усіх фітнес клубів м.Львова (39724особи) залежно від часу занять (рис.1).

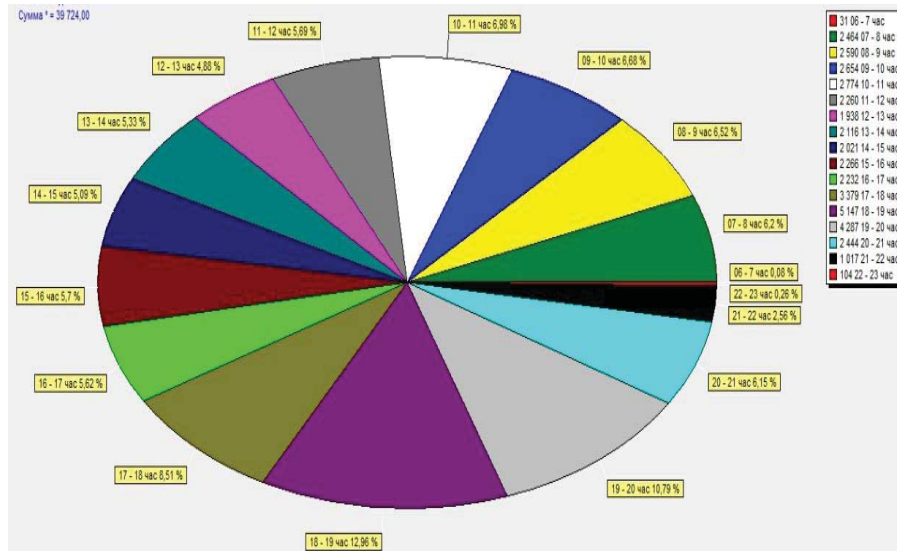


Рис.1 Денна відвідуваність клієнтами усіх фітнес клубів м. Львова залежно від часу занять (%)

Отже, найбільш популярними у всіх клубах є 7-10 години (19,4%) та 18-20 години (23,77%), а найменш відвідуваними є 21-23 години (2,82%). На фоні загальної характеристики, аналогічно виглядає денна відвідуваність фітнес клубу на вул. Героїв УПА (рис.2).

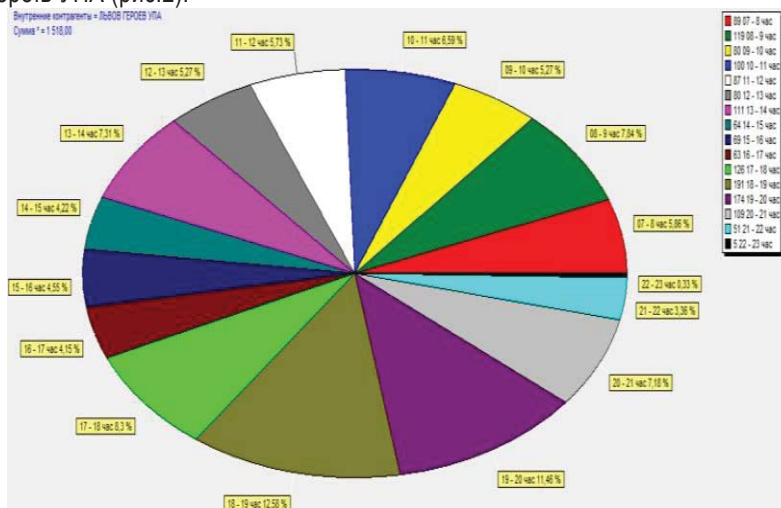


Рис. 2 Денна відвідуваність клієнтами фітнес клубу «Sport Life» (вул. Героїв УПА, 72)

В середньому його відвідує 1500 осіб, з яких 19% займаються з 7 по 10 години, а 24,1% - з 18 по 20 години. Найменш відвідуваними (3,69%) є 21-23 години. Слід зазначити, що у період з 14 до 17 год. клуб відвідує незначна кількість споживачів фітнес послуг (в середньому 4,3% за год.), оскільки для більшості цей час є робочим. З метою залучення споживачів у «непопулярний» час, адміністрація пропонує різноманітні акції, діє спеціальна пільгова картка відвідування фітнес клубу саме з 14 до 17 години.

Для встановлення конкурентного середовища на ринку фітнес клубів мережі «Sport Life», нами було застосовано SWOT-аналіз, що полягає у виявленні сильних і слабких факторів внутрішнього та можливостей і загроз зовнішнього середовища у діяльності фітнес клубу [9].

Застосування SWOT-аналізу дозволяє систематизувати всю вище зазначену інформацію, результати аналізу представлено у табл. 3.

SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік аспектів стратегії фітнес клубу з урахуванням його особливостей: відповідно до змісту стратегії – адаптації до середовища, чи формування впливу на нього.



Враховуючи баланс інтересів клієнтів і фітнес клубу, аналізуючи його зовнішнє і внутрішнє середовище діяльності та здійснюючи певні комбінації їх категорій, можна спрогнозувати стратегію функціонування. Так, комбінація «сильні сторони-можливості» (Поле СІМ) дозволяє побачити стратегію розвитку фітнес клубу; «слабкі сторони-можливості» (Поле СЛМ) створюють стратегію для внутрішніх перетворень; «слабкі сторони-загрози» (Поле СЛЗ) допомагає побачити обмеження стратегічного розвитку; «сильні сторони- загрози» (Поле СІЗ) - використовуються як стратегія потенційних переваг діяльності фітнес клубів.

Простежити співвідношення факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що трактується в категоріях SWOT-аналізу, можна за допомогою спеціальної матриці (табл.4).

Таблиця 3

Результати SWOT-аналізу діяльності мережі фітнес клубів «Sport Life»

Середовище	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішнє	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вигідне розміщення клубів</li> <li>• Вдалий режим роботи</li> <li>• Різноманітні фітнес послуги</li> <li>• Велика площа клубів</li> <li>• Фітнес програми відповідають світовим стандартам</li> <li>• Цілорічне функціонування</li> <li>• Наявність додаткових послуг (SPA процедури, масаж)</li> <li>• Акції на клубні картки</li> <li>• «Заморозка» картки на певний термін</li> <li>• Підтримка соціальних фізкуль-турно-спортивних заходів</li> <li>• Дитячі фітнес послуги</li> <li>• Відкриття філії по франшизі</li> <li>• Великі роздягальні із шафою під ключ</li> <li>• Наявність басейну (окрім Наукової)</li> <li>• Наявність душу</li> <li>• Наявність фітнес-кафе / спортивного бару</li> <li>• Можливість тренування у клубах мережі при наявності відповідної картки</li> <li>• Наявність корпоративного фітнесу</li> <li>• Вибір послуги (заняття) залежно від картки</li> <li>• Наявність програми «Оплата частинами»</li> <li>• Наявність страхування</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Високі ціни</li> <li>• Наявність лише річного абонементу</li> <li>• Відсутність умов для тренування осіб з особливими потребами (відсутність пандусів та ін.)</li> <li>• Відсутність вимоги до обов'язкового підвищення кваліфікації тренерів</li> <li>• Відсутність у більшості тренерів фахової освіти</li> <li>• Відсутність мотивації клубом споживачів</li> <li>• Недостатньо місць для паркування авто</li> <li>• Немає пробних одноразових відвідувань</li> <li>• Невчасний ремонт тренажерного обладнання</li> <li>• Відсутність дезінфекції спортивного обладнання</li> <li>• Додаткові платні послуги (теніс, сквош), які не входять у жодну клубну картку</li> </ul>
Зовнішнє	Можливості	Загрози
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відкриття нових клубів у місті Залучення нових споживачів за допомогою реклами, акцій</li> <li>• Впровадження нових фітнес-технологій</li> <li>• Лідерство на ринку фітнес послуг</li> <li>• Відкриття нових напрямів фітнесу для вагітних, осіб з особливими потребами та літніх людей</li> <li>• Регулярне навчання персоналу, підвищення його кваліфікації</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Конкуренція, поява нових фітнес-клубів</li> <li>• Низька споживча активність (зацікавленість) населення Економічна нестабільність (високий рівень інфляції)</li> <li>• Низька платоспроможність населення</li> <li>• Підвищення цін на картки</li> </ul>

Таким чином, аналіз аспектів діяльності мережі фітнес клубів «Sport Life» показав, що вони формують середовище конкурентоспроможності, мають потенціал для подальшого розвитку і низку переваг (постійне розширення спектру послуг, програми для всіх категорій громадян, персональні тренування) перед ймовірними конкурентами. Однак, меж подальшого вдосконалення діяльності не існує, тому слід врахувати як слабкі сторони внутрішнього середовища, так і загрози зовнішнього середовища.

**Перспективи подальших досліджень.** Буде зосереджена увага на вивченні конкурентного середовища діяльності мережі фітнес клубів «FitCurves» м.Львова.

#### Висновки

1. Фітнес індустрію визнано пріоритетною галуззю економіки України, тому для її подальшого розвитку важливого значення набуває проблема досягнення конкурентоздатності на ринку її об'єктів - фітнес клубів. Адже здорове конкурентне середовище сприяє впровадженню прогресивних інновацій, економії ресурсних витрат, оптимальному задоволенні попиту, зниженні цін тощо.

2. У Львові функціонує 78 фітнес клубів, однак найбільш популярною серед мешканців є мережа фітнес клубів «Sport Life» (4 клуби), які надають широкий спектр послуг (близько 30 фітнес програм, тренажерна зала, плавання, додаткові послуги тощо). Діяльність мережі клубів забезпечують 172 співробітники, з яких 46,5% мають вищу фахову освіту. Більшість з них (54,6%) працюють інструкторами тренажерного залу.

Таблиця 4

## Матриця SWOT-аналізу діяльності мережі фітнес клубів «Sport Life»

<p><b>Зовнішнє середовище</b></p>	<p><b>Можливості</b></p> <p>Стати лідером на ринку фітнес послуг Відкриття нових клубів у місті Залучення нових споживачів Відкриття нових напрямів фітнесу в т.ч. для особливої категорії (вагітні, неповносправні та літні люди) Регулярне навчання і підвищення кваліфікації персоналу Страхування життя і здоров'я від нещасних випадків</p>	<p><b>Загрози</b></p> <p>Конкуренція, поява нових фітнес-клубів Низька споживча активність (зацікавленість) населення Економічна нестабільність (високий рівень інфляції) Підвищення цін на картки</p>
<p><b>Внутрішнє середовище</b></p> <p><b>Сильні сторони</b></p> <p>Вигідне розміщення і режим роботи клубів, їх велика площа Різноманіття фітнес послуг: дитячі, SPA послуги, корпоративний фітнес Фітнес програми відповідають світовим стандартам Акції на клубні картки та їх «заморозка» на певний термін Підтримка соціальних фізкультурно-спортивних заходів Відкриття філій по франшизі Наявність фітнес-кафе / спортивного бару, басейну (окрім Наукової)</p>	<p><b>Поле СіМ</b></p> <p>Відкрити нові клуби, враховуючи нові напрями фітнесу для особливої категорії населення Забезпечувати регулярне підвищення кваліфікації фітнес тренерів</p>	<p><b>Поле СіЗ</b></p> <p>Донести інформацію до потенційних споживачів про існуючі місця та фітнес програми Підняти рівень зацікавленості населення фітнес послугами. Залучення нових клієнтів за допомогою реклами</p>
<p><b>Слабкі сторони</b></p> <p>Високі ціни і купівля лише річного абонементу Відсутність умов для тренування неповносправних (відсутність пандусів та ін.) Відсутність у більшості тренерів фахової освіти Відсутність мотивації споживачів клубу Відсутність інформації про стан здоров'я споживача Немає пробних одноразових відвідувань Додаткові платні послуги (теніс, сквош), які не входять у жодну клубну картку</p>	<p><b>Поле СлМ</b></p> <p>Забезпечити умови для тренування неповносправних Сприяти мотивації споживачів клубу (для регулярних споживачів – знижки, безкоштовний збір інформації про їх здоров'я) Оновлення спортивного інвентарю.</p>	<p><b>Поле СлЗ</b></p> <p>Розробка нових ідей і технологій, які випереджають дії конкурентів Залучення споживачів за рахунок нового інвентарю; Аналіз кращих практик в бізнесі в сфері фітнес-послуг.</p>

Клуби працюють у великому часовому діапазоні, що є зручним для вибору часу занять. Окремі картки дають можливість отримання усіх послуг фітнес клубу. Є клубні картки для дітей. Клієнтами фітнес клубів Львова є 59% чоловіків, 31% жінок та 10% дітей. Найбільш популярними для занять в усіх клубах є 7-10 години (19,4%) та 18-20 години (23,77%), а найменш відвідуваними є 21-23 години.

**Перспективи подальших досліджень.** Буде зосереджена увага на вивченні конкурентного середовища діяльності мережі фітнес клубів «FitCurves» м. Львова.

### Висновки

1. Фітнес індустрію визнано пріоритетною галуззю економіки України, тому для її подальшого розвитку важливого значення набуває проблема досягнення конкурентоздатності на ринку її об'єктів - фітнес клубів. Адже здорове конкурентне середовище сприяє впровадженню прогресивних інновацій, економії ресурсних витрат, оптимальному задоволенні попиту, зниженні цін тощо.

2. У Львові функціонує 78 фітнес клубів, однак найбільш популярною серед мешканців є мережа фітнес клубів «Sport Life» (4 клуби), які надають широкий спектр послуг (близько 30 фітнес програм, тренажерна зала, плавання, додаткові послуги тощо). Діяльність мережі клубів забезпечують 172 співробітники, з яких 46,5% мають вищу фахову освіту. Більшість з них (54,6%) працюють інструкторами тренажерного залу. Клуби працюють у великому часовому діапазоні, що є зручним для вибору часу занять. Окремі картки дають можливість отримання усіх послуг фітнес клубу. Є клубні картки для дітей. Клієнтами фітнес клубів Львова є 59% чоловіків, 31% жінок та 10% дітей. Найбільш популярними для занять в усіх клубах є 7-10 години (19,4%) та 18-20 години (23,77%), а найменш відвідуваними є 21-23 години.

3. SWOT-аналіз діяльності мережі фітнес клубів «Sport Life» у Львові дозволив встановити сильні (вигідне розміщення, акції на клубні картки, «заморозка» картки на певний термін, підтримка соціальних фізкультурно-спортивних заходів тощо) та слабкі (високі ціни, наявність лише річного абонементу, відсутність умов для тренування неповносправних тощо) сторони внутрішнього середовища, можливості (відкриття нових клубів, залучення нових споживачів, відкриття нових напрямів фітнесу для вагітних, неповносправних та літніх людей тощо) та загрози (поява нових фітнес-клубів, низька

споживча активність, високий рівень інфляції, низька платоспроможність населення, підвищення цін на картки тощо) зовнішнього середовища. Їх детальний аналіз дозволяє спрогнозувати стратегію і сформуванню конкурентне середовище функціонування мережі фітнес клубів «Sport Life» у Львові.

#### Література

1. Бурцева Т.А. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. – Москва: «Экономистъ». – 2005. – 271 с.
2. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2 (30). – С. 50–53;
3. Газнюк Л. М. Маркетингова діяльність у сфері фізичної культури та спорту як об'єкт соціального пізнання / Л. М. Газнюк, С. О. Розумовський // Слобожанський науково-спортивний вісник. – Харків : ХДАФК, 2014. – No 1(39). – С. 12–16.
4. Галкин В.В. Фитнес как бизнес: учеб. пособие / В.В.Галкин, 2013 <http://vadim-galkin.ru/articles/books/fitnes-kak-biznes-3/>
5. Дослідження ринку фітнес-послуг України. – Режим доступу: <https://112.ua/obshchestvo/fitnes-kluby-poseshhaet-102-mln-ukraincev-issledovanie-417924.html> (дата звернення 30.10.2017 ).
6. Мічуда Ю. П. Фітнес-індустрія в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку / Ю. П. Мічуда // Науковий часопис. – Серія 15 : Науково-педагогічні проблеми фізичної культури. – Вип. 2 (28)13. – 2013. – С. 77–81.
7. Офіційний сайт мережі «Sportlife». – [Електронний ресурс]. – <https://www.sportlife.ua/uk/clubs/lvov> (дата звернення 07.01.2018)
8. Пасічник В.Г. Конкурентоспроможність фірми: навч. посібник / В.Г.Пасічник, О.В. Акіліна. – Київ: Центр навч. літ-ри, 2005. – 34с.
9. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посібник/За ред. Л.В.Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – Київ: Знання, 2005.–301 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : [учебник] / Р. А. Фатхутдинов. – [2-е изд., испр. и доп.]. – Москва : Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
11. Analysis of existing literature on management and marketing of the fitness centre industry / García-Fernández J., Bernal-García1., Fernández-Gavira J., Vélez-Colón L. // South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation, 2014. - №36(3).- P. 75-91.
12. Athanasopoulou P. The quality of the relationships between fitness centres and their customers / P.Athanasopoulou, J. Mylonakis // International Journal of Sport Management and Marketing. - №5(3), 2009. – P. 355-366.
13. Bates M. Health fitness management: a comprehensive resource for managing and operating programs and facilities / M. Bates. – Human Kinetics, 2008. - 142p.
14. Fallon J. New thinking on health and fitness / J. Fallon // Journal of Retail and Leisure Property, №3(4), 2004. – P. 307-313.
15. Liu B. Strategies of development ways for sport fitness and recreation industry / B.Liu // Journal of Wuhan Institute of Physical Education, №10, 2007. – P. 29-32.
16. Prystupa Y. Analysis of the market of physical culture and health services in Lviv / Zhdanova O., Chekhovska L. // Slobozhanskyi herald of science and sport.– Kharkiv: Kharkiv State Academy of Physical Culture, 2017.– N6(62).– P. 79-84.
17. Tharrett S. Fitness management: a comprehensive resource for developing, leading, managing, and operating a successful health/fitness club / S.Tharrett, J.Peterson. – 2nd ed.. – Monterey: Healthy Learning, 2008. – 580 p.
18. The IH RSA Global Report 2016, available at: [http://download.ihrsa.org/pubs/2016\\_IH RSA\\_Global\\_Report\\_Preview.pdf](http://download.ihrsa.org/pubs/2016_IH RSA_Global_Report_Preview.pdf) (accessed 03.04.2017).
19. Working in Fitness: An analysis of the Fitness Industry in the UK, available at: [http://www.agcas.org.uk/agcas\\_resources/789-Working-in-Fitness-An-analysis-of-the-fitness-industry-in-the-UK-](http://www.agcas.org.uk/agcas_resources/789-Working-in-Fitness-An-analysis-of-the-fitness-industry-in-the-UK-) (accessed 25.01.2017).

Присяжнюк С.І.

Державний університет телекомунікацій

#### ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ЧИННИК РОЗУМОВОЇ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ СТУДЕНТІВ

*Студентське життя протікає в умовах постійно підвищеної нервової напруги. Серед причин виникнення цих ситуацій є наслідком навчання (відмінні від шкільних методів і організація навчання, які потребують значно вищої самостійності при опануванні навчального матеріалу; ломка старого стереотипу, який склався під час навчання у школі і формуванні нового, адекватного розпорядку навчального закладу; особиста відповідальність за отримання майбутнього фаху; інша методика оцінювання знань та умінь), невдоволеність життям, (інколи виникають конфлікти між студентом та викладачем); страх перед екзаменаційною сесією; поява нових турбот і клопоту пов'язаних з проживанням у гуртожитку; необхідність самообслуговування; самостійне ведення бюджету; планування часу тощо.*

**Ключові слова:** адаптаційні можливості, студенти, нервове напруження, вищий навчальний заклад, фізична культура, фізичне виховання, захворювання.

**Присяжнюк С.І. Физическое воспитание как определяющий фактор умственной работоспособности студентов.** Студенческая жизнь протекает в условиях постоянно повышенного нервного напряжения. Среди причин возникновения этих ситуаций есть последствие учебы (которые отличаются от