

БІЗНЕС-ІДЕЯ – ВІДКРИТТЯ СКВОШ-КЛУБУ В МІСТІ КИЄВІ

BUSINESS IDEA - OPENING OF SQUASH CLUB IN KIEV

У даній статті висвітлено методику та результати дослідження оцінки доцільності відкриття сквош-клубу в місті Києві, досліджено ринок спортивних послуг України та споживчі мотивації при виборі виду спорту.

В данной статье рассматривается методика и результаты исследования оценки целесообразности открытия сквош-клуба в Киеве, исследован рынок спортивных услуг Украины и потребительские мотивации при выборе вида спорта.

In this article the methodology and results of evaluation of feasibility of opening squash club in Kyiv are examined, the market of sports services in Ukraine and consumer motivation in choosing a sport were investigated.

Ключові слова: сквош, ринок спортивних послуг, доцільність відкриття бізнесу, дослідження ринку, маркетингове дослідження.

Вступ. Одним з найцікавіших питань, яке завжди цікавило підприємців є пошук та знаходження ідей для відкриття прибуткового бізнесу. Відкриття нового бізнесу потребує детального попереднього аналізу ринку. Перш, ніж вирішити, чи достойна певна ідея впровадження, потрібно виявити чи є вільна ніша на даному ринку, чи є достатній рівень незадоволеного попиту, характер розвитку ринку, рівень конкуренції. Тому будь-яка бізнес ідея потребує детального маркетингового аналізу для виявлення можливості її прибуткової реалізації.

У всьому світі та зокрема в Україні постійно зростає кількість прихильників здорового активного способу життя. Люди прагнуть красиво виглядати, так як гарний зовнішній вигляд став ознакою успішності. Тому останнім часом досить активно розвивається індустрія спортивних послуг. Зокрема такий вид спорту, як сквош, що набув значної популярності в Європі, наразі починає розвиватись і в Україні.

Сквош може допомогти покращити здоров'я та поліпшити фізичний стан лише за кілька годин занять на тиждень. За рейтингом журналу Forbes сквош визнано найздоровішою грою, тобто такою що найкращим чином впливає на здоров'я людини. До того ж ця гра є дуже інтенсивною, тому за

півгодинне тренування можна отримати достатнє навантаження майже на всі групи м'язів. Тому саме цей вид спорту може отримати прихильність людей, що прагнуть до здорового способу життя та красивого зовнішнього вигляду.

В Києві є декілька сквош майданчиків в елітних спортивних клубах, окремо клубу для сквошу на даний момент немає. Тому постає питання доцільності відкриття такого закладу в місті Києві. Цікавим є дослідження того, чи готовий ринок до відкриття подібного закладу.

Постановка завдання. Визначення вільної ніші на ринку спортивних послуг міста Києва.

Методологія. План даного дослідження передбачає використання вторинних та первинних даних.

Дослідження доцільно проводити в 3 етапи:

1. Аналіз вторинної інформації.
2. Глибинні інтерв'ю з експертами.
3. Анкетування серед двох груп респондентів: наявні сквошисти, люди, що займаються іншими активними видами спорту.

Результати дослідження. Для того, щоб говорити про перспективи розвитку сквошу в Україні та зокрема в місті Києві, розглянемо його розвиток в схожих за розвитком країнах. Цей аналіз доцільний тому, що Україна в значній мірі переймає європейські тенденції і можна сказати, що багато успішних бізнес ідей прийшли з-за кордону і розвиваються за дуже подібними схемами.

Зараз спостерігається справжній бум сквошу в Чехії. За останні 5 років там побудовано 500 кортів. Популяризація гри здійснюється через ЗМІ, зокрема, за допомогою спеціалізованого журналу, присвяченого цьому виду спорту. Результат очевидний - в Чехії сквош вийшов на третє місце за популярністю після футболу та хокею. Інтенсивно гра розвивається сьогодні в Угорщині і Словаччині.

Агентство маркетингових досліджень MASMI провело опитування гравців у сквош і визначило, що більшість гравців - чоловіки (81%). Середній вік гравця склав близько 30 років. Середній показник особистого доходу у гравців в сквош по Росії - 82 000 рублів на місяць, а по Москві ще на 20-25% вище. Понад 40% гравців описали матеріальний стан своєї сім'ї як «високий» і «дуже високий».

Дослідження дозволяє говорити про те, що сквош в Росії розвивається за схожим сценарієм з країнами Західної Європи та Північної Америки. Спочатку в нього залучаються досить заможні чоловіки середніх років, що займають, швидше, керівні посади. З часом можна чекати збільшення числа жінок, а із зростанням кількості кортів сквош повинен стати більш доступним видом спорту і, відповідно, більш популярним, йдеться у висновках

дослідження. До речі, про корти: в Англії сквош-кортів - 8800, у США близько 7000, а на всю Росію - 35.

Прослідковується деяка тенденція, щодо розвитку сквошу. Судячи з досвіду вище наведених країн в найближчі роки сквош в Україні розвиватиметься значними темпами. Однак для прийняття рішення про відкриття сквош-клубу в місті Києві потрібен більш глибокий аналіз нинішньої ситуації в Україні.

В Києві зосереджено майже 80% спортивних клубів України. Об'єм ринку – 75 млн. дол. В столиці на даний момент функціонують 250 повноцінних спортклубів, 300 невеликих тренажерних залів. За оцінками операторів ринку київські спортклуби одночасно можуть запропонувати 20-35 тис. місць. Тоді як населення міста - 3,5 млн. жителів, з них займаються спортом 500 тис.

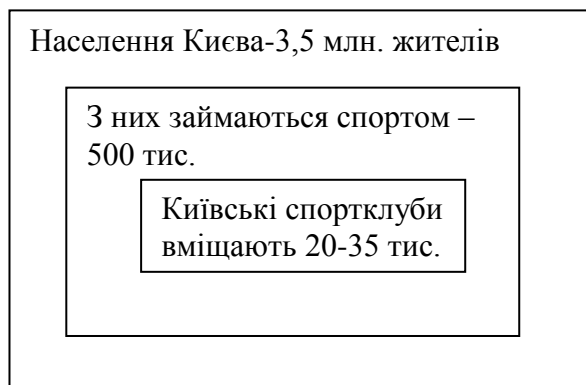


Рис.1.1. Забезпеченість м. Києва закладами спортивного спрямування

Щорічно в столиці відкривається 3-5 нових спортклубів, але при цьому кількість клієнтів збільшується на 30-40%. Відмічають ріст попиту на послуги клубів, де річний абонемент коштує 500-1,5 тис. дол. У столиці цей сегмент на даний момент займає 20-30%, але всі оператори ринку сходяться на тому, що його потенціал 70%.

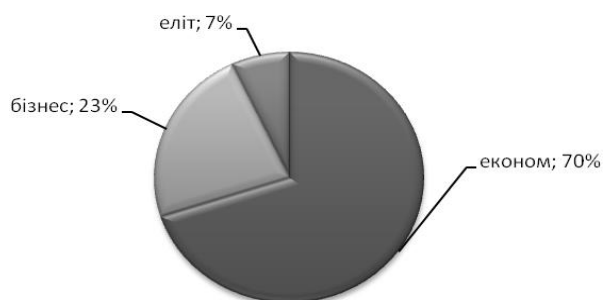


Рис. 1. Структура спортклубів м. Києва

Таблиця 1

Структура витрат на спорт жителів міста Києва

| Рік | Загалом на спорт, % | Спортивні товари, % | Товари для активного відпочинку та туризму, % | Заняття спортом, % |
|------|---------------------|---------------------|---|--------------------|
| 2005 | 20,8 | | | |
| 2006 | 21 | 11 | 6 | 4 |
| 2007 | 25 | 13,5 | 7 | 4,5 |
| 2009 | 30 | 15 | 9 | 6 |

Зростають витрати жителів столиці на заняття спортом та зростає попит на бізнес сегмент спортклубів. Основна його відмінність від сегменту економ – додаткові сервіси, наприклад наявність майданчиків для активних ігор, таких як теніс. Просто тренажерна зала - це вже не достатня мотивація для того, щоб спеціально виділяти час і їхати в спортивний клуб.

Лише 15% спортклубів мають майданчики для ігрових видів спорту. Ця незначна кількість не може задовольнити існуючий попит, звідси і запис на майданчики на місяці вперед.

Щодо популярних видів спорту в Україні, то має місце наслідування західних тенденцій. Так стали популярними фітнес, пілатес, йога.

Ще є один поки що екзотичний вид спорту для України що набирає зараз популярності. Сквош розвивається в Україні в останні десять років. У країні є Федерація, діють декілька кортів, проводиться ряд турнірів.

Щоб визначити перспективність розвитку сквошу, як ніші ринку спортивних послуг було проведено маркетингове дослідження, яке показало, що ринок спортивних послуг не задовольняє існуючого рівня попиту на них. Нинішній об'єм ринку спортивних послуг - 75 млн. дол. США, тоді як потенціал його на 70% більший. Щодо ринку сквош-послуг, то було виявлено, що нинішній об'єм в грошову вимірі – 90000 грн, в натуральному – 500 чоловік, що займаються приблизно 78000 годин за рік. Дослідження також показало, що в найближчому році ринок виросте на 20 % за рахунок того, що ті, що вже займаються сквошем прагнуть збільшити інтенсивність тренувань та залучення нових гравців. Результати дослідження стосовно об'ємів ринку сквош-послуг наведені на Рис.2.

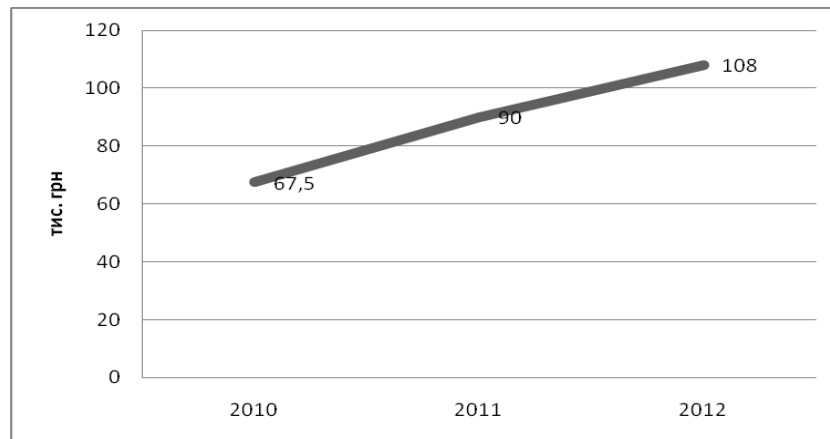


Рис. 2. Об'єм ринку сквош-послуг

Було також досліджено розвиненість інфраструктури даного ринку та бар'єри при вході на нього і з'ясовано, що для побудови повністю оснащених спортивних клубів не вистачає земельних площ. Щодо сквошу то існує багато прогалин в інфраструктурі, що і бар'єрами до виходу на ринок. Відсутній тренерський склад з даного виду спорту, спортивні видання не зацікавлені в публікаціях на дану тематику, так як немає культури споживання поки. Навіть інвентар доводиться купувати за завищеними цінами в спортивних клубах, що мають сквош-корти. Відсутні також якісні корти для сквошу вітчизняного виробництва. Дана ситуація може покращитися лише якщо збільшиться інтерес з боку населення до сквошу. Чим більше людей цікавитимуться даним видом спорту, тим більше видань писатимуть про нього та спортивні магазини закуповуватимуть відповідне обладнання. Наведемо проранжований список бар'єрів при вході на ринок сквош-послуг міста Києва в таблиці 1.

Основною статтею затрат при відкритті сквош-клубу є облаштування спеціальних кортів.

Таблиця 2

Бар'єри при вході на ринок сквош-послуг

| № | Бар'єр |
|---|--|
| 1 | Відсутній тренерський склад |
| 2 | Відсутні якісні корти вітчизняного виробництва |
| 3 | Спортивні видання не зацікавлені у сквоші, так як відсутня культура споживання даної послуги |
| 4 | Немає інвентарю у вільному продажу |
| 5 | Обмеженість площ для забудови міста Києва |

Визначення мотивацій споживачів при виборі виду спорту. Дане завдання дослідження вирішувалось в основному за допомогою анкетування. Було виявлено, що займаючись спортом, споживачі прагнуть насамперед до покращення здоров'я, підвищення тонуусу м'язів та схуднення. Сквош якнайкраще задовольняє дані потреби, адже має серйозний позитивний вплив

на здоров'я, навіть журнал «Форбс» його визнав найздоровішим видом спорту. Також сквош легко і якнайшвидше може задовольнити дві інші потреби споживачів за рахунок високої динамічності тренувань, що також було підтверджено при проведенні анкетування: сквошисти відмітили наведені вище пункти, як переваги яких досягли, займаючись сквошем. Також слід відмітити, що у гравців у сквош з'являється азарт пов'язаний зі змаганнями, тому 59 % респондентів відповіли, що бажають надалі покращувати свою майстерність гри.

Дані щодо вибору місця для занять спортом наведені на рис. 3. В даній ситуації споживачі керуються в основному співвідношення ціни послуг та зручністю розташування. Дуже важливим фактором також визнано спектр послуг, що пропонується спортивним клубом і наскільки він задовольняє конкретну особистість. Респондентам було задано ще одне питання, щодо вибору місця для занять, для перевірки відповідей. В результаті було виявлено, що одним з найважливіших факторів при виборі місця є те, чи займаються в ньому друзі ті знайомі респондента. Значить, ефект «сарафанного радіо» має місце на даному ринку.

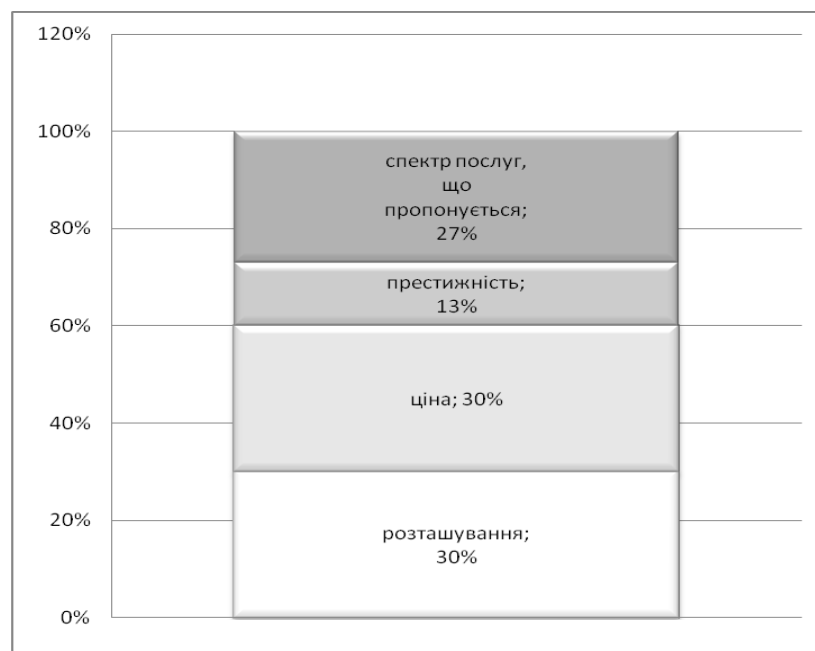


Рис. 3. Критичні фактори при виборі місця для занять спортом

Під час анкетування респондентам задавалось питання щодо суми, яку вони готові платити за спортивні заняття за місяць. Результати даного опитування наведені на рис. 4.

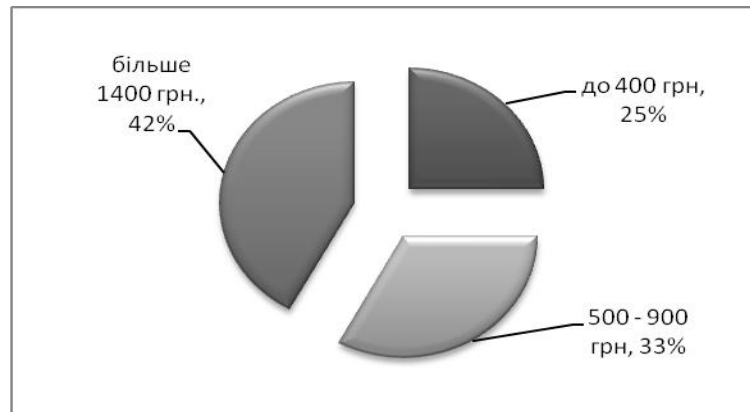


Рис.4. Готовність клієнтів платити за спортивні заняття

Отримані результати вказують на те, що 42% потенційних споживачів у змозі і готові оплатити регулярні заняття зі сквошу.

Більше половини респондентів вказали, що в нинішньому спортивному клубі їх не влаштовує саме спектр пропонованих послуг. З даної інформації можна зробити висновок, що сквош без додаткових послуг, окремо існувати не може. Потрібно детально вивчати потреби споживачів і окрім сквошу забезпечити наявність інших послуг, за якими ходять у спорт-клуби споживачі. 56 % респондентів вказали, що в нинішньому спорті їх не задовольняю саме динамічність тренувань. Дана інформація говорить про наявність місця для сквошу на даному ринку, адже саме цю потребу він задовольняє якнайкраще. Було проведено порівняння характеристик, які спонукають до спортивної діяльності і яких найбільше хочуть досягти ті, що вже займаються спортом, та характеристик, що отримали нинішні сквошисти. Отримані результати вказують на те, що сквош може задовольнити їх всі. Результати представлені на Рис. 5.

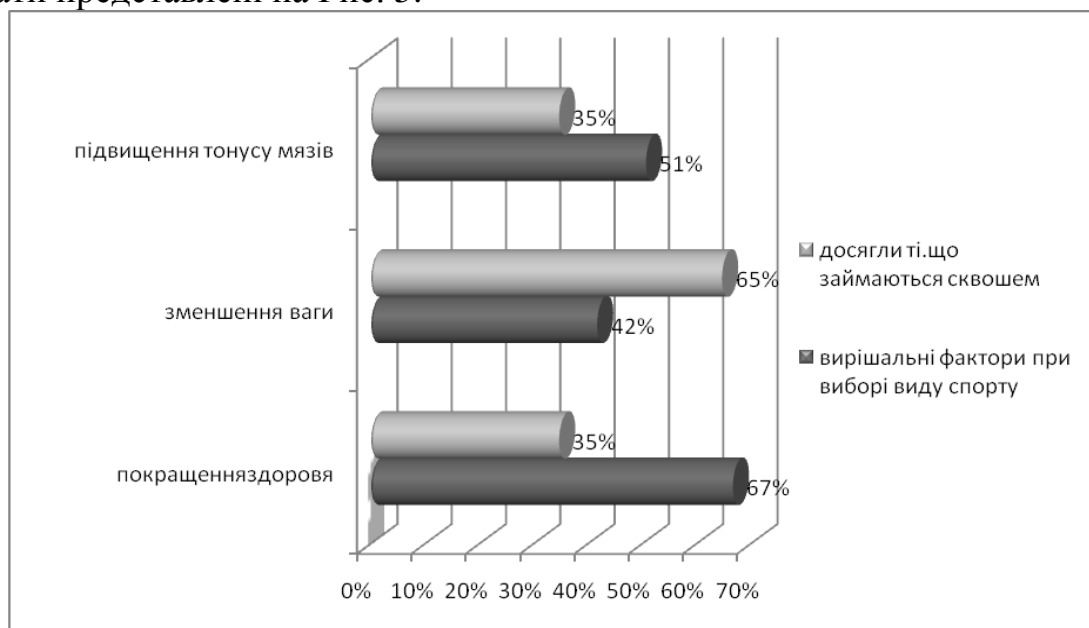


Рис. 5. Фактори, що спонукають до спортивної діяльності

Висновки. Проведене дослідження показало, що існує значний незадоволений рівень попиту на спортивні послуги в місті Києві. Також очевидним є, що ринок спортивних послуг нині зростає і хоча на ньому постійно з'являються нові гравці, в достатній мірі попит вони задоволити не здатні. Аналіз розвитку сквошу в інших країнах вказує на те, що даний вид спорту скоро набере значної популярності і в Україні. Дослідження безпосередньо ринку сквошу міста Києва показало, що існує початковий рівень попиту, який поступово зростає, темпи росту попиту також ідуть вгору. Загальний висновок – існує вільна та прибуткова ніша, доцільно відкрити сквош-клуб в місті Києві.

Література

1. KyivPost: Играть в сквош, не думая ни о чем лишнем. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyivpost.ua/lifestyle/article/igrat-v-skvosh-ne-dumaya-ni-o-chem-lishnem-7262.html>.
2. Журнал «Бизнес». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.business.ua>.
3. Інтернет журнал Києва: Сквош в Киеве. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nashkiiev.ua/zhurnal/poleznye-uslugi/ubitsya-ob-stenu-skvosh-v-kieve.html>.
4. Інформаційний портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bagnet.org/>
5. Інформаційний портал: Сквош как бизнес. Сколько стоит корт построить? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua>.
6. Офіційний веб-портал Київської міської влади. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmv.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт Телевізійної служби новин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsn.ua>.
8. Портал Петрохолдинг сквош-клубу: К сквошу в Украине стали относиться гораздо серьезнее. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.squash.ua/ru/interview/4.html>.
9. Портал Російської Федерації Сквошу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.squashclub.ru>.
10. Портал Федерації Сквошу України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.squash.com.ua.