

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди  
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

*До 220-ї річниці з дня заснування університету*

***ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ЕКОНОМІКИ І ПРАВА ХХІ СТОЛІТТЯ  
ОЧИМА МОЛОДІ***

**МАТЕРІАЛИ  
VIII Міжвузівської студентської  
наукової конференції**

**16 травня 2024 року**

**Харків 2024**

Василенко О. С. НАСКРІЗНА МОДЕЛЬ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ КОМПАНІЇ ТА ЇЇ МАРОЧНОГО КАПІТАЛУ .....	113
Волчков В. Ю. АДАПТАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ УПРАВЛІННЯ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ.....	117
Гавриленко А. І. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....	119
Гарлиєв Айдогди ДИФЕРЕНЦІЙОВАНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ ПОГЛЯДИ НА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ: АКТУАЛІЗАЦІЯ ТЕОРІЇ СИТУАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ .....	122
Глухий Р. О. ДО ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК ЧИННИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	130
Грінько В. П. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РЕКЛАМИ В МІСЦІ ПРОДАЖУ НА ПОВЕДІНКУ ПОКУПЦЯ.....	134
Гура К. В. МЕТОДИ ОЦІНКИ КОМПЕТЕНЦІЙ ПРАЦІВНИКІВ.....	137
Дегтярьов М. С. ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНЮВАННЯ SOFT SKILLS ПРАЦІВНИКІВ .....	140
Довгопол О. Ю. СТИМУЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ПРОГРАМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ .....	144
Донєва П. О. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ У ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	146
Дудкіна О. В. РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ .....	150
Дяків Н. І. ВИКОРИСТАННЯ ВІРУСНОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ПРОДУКТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ .....	154
Жованик О. О. ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК КОНЦЕПЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	157
Зіоменко К. О. СТРАТЕГІЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ЗАРОБІТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ СТУДІЇ ЙОГИ ШАНТАРАМ, м. ХАРКІВ).....	159
Ісадкова О. Г. ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ РЕКЛАМНИХ СТРАТЕГІЙ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ.....	163
Іщук Ю. Р. ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ.....	169

**Зіоменко Катерина Олегівна**  
**ХНПУ імені Г.С. Сковороди**  
**факультет фізичного виховання і спорту, 2 курс, 22-ф група**  
**Науковий керівник – канд. пед. наук., доцент,**  
**доцент кафедри суспільно-економічних**  
**дисциплін і географії Гуцан Т.Г**

## **СТРАТЕГІЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ЗАРОБІТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ СТУДІЇ ЙОГИ ШАНТАРАМ, м. ХАРКІВ)**

Повномасштабне вторгнення російської федерації на територію України негативно вплинуло на розвиток економіки. І без того складна економічна ситуація, яка спочатку зазнала негативного впливу через пандемію Covid-19, стала доволі проблематичною для розвитку бізнесу всередині країни. Найуразливішою категорією підприємств стали малі, особливо ті, що спеціалізувалися в сфері послуг. Утім, саме малі підприємства швидше адаптуються до викликів сьогодення і швидше реагують на ситуацію. Тому, враховуючи практичний досвід роботи в сфері послуг нами було прийнято рішення проаналізувати роботу студії йоги, виявити проблеми з якими стикнулося керівництво студії, здійснити економічний аналіз та розробити рекомендації щодо забезпечення отримання прибутку в складних економіко-політичних умовах.

Студія йоги Шантарам, що знаходиться в місті Харкові, розташована в спальному районі, на території новобудови, де обгороджена територія поруч із лісом, тобто можна зазначити, що це екозона. У цій студії є 2 повністю обладнані зали: маленький місткістю 8-10 осіб і великий вміщається від 10 до 17 осіб. Також є дві роздягальні (чоловіча і жіноча), хол, де очікують люди на початок тренування, там можна попити чай, воду, почитати журнали, які оновлюються щомісяця і скуштувати смачні та корисні цукерки.

У студії працюють 4 висококваліфіковані викладачі, керуючий, два адміністратори, прибиральниця, спеціаліст з Instagram, завгосп. Для більшого

розуміння діяльності студії проведемо економічний аналіз, здійснимо розрахунки витрат і доходів підприємства. Заробітна плата становить: викладача - 80 грн з людини, адміністраторів – 7200 грн, керуючий отримує 5000 грн на місяць, прибиральниця - 2550 грн на місяць, завгосп 2000 грн на місяць, спеціаліст, що веде соціальні мережі - 2000 грн на місяць. Також є такі витрати як: комунальні послуги (20000 грн), послуга пожежного та оплата послуг інженера тепломережі (2000 грн), побутові витрати (5000 грн), податки (10000 грн). Вартість групового заняття - 200 грн з людини, індивідуального – 550-650 грн залежно від кількості часу. На тиждень відбувається 17 тренувань. Щотижня відвідувало 87 осіб (це 17 тренувань на тиждень) Також проводилося 4 індивідуальні тренування на тиждень. Здійснивши розрахунки отримуємо за тиждень:  $87 \text{ осіб} * 200 \text{ грн} = 17400 \text{ грн}$ ; індивідуальне заняття 4 особи \* 550 грн = 2200 грн. Дохід за тиждень  $17400 + 2200 = 19600 \text{ грн}$ .

Виручка від реалізації місяць склала:  $19600 * 4 \text{ тижні} = 78400 \text{ грн}$ . Розрахуємо витрати студії: заробітна плата викладачів за групи -  $80 \text{ грн} * 87 \text{ осіб} = 6960 \text{ грн}$  тиждень; разом 4 тижні = 27840 грн; зп викладачів за індивідуальні заняття: 1320 грн за тиждень,  $1320 \text{ грн} * 4 \text{ тижні} = 5280 \text{ грн}$  за місяць. Загальні витрати (ЗВ) студії склали:  $ZB = 27840 + 5280 + 7200 + 5000 + 2550 + 2000 + 2000 + 10000 + 2000 + 20000 + 5000 = 88870 \text{ грн}$ .

Тепер підрахуємо прибуток:  $78400 - 88870 = -10470 \text{ грн}$ .

Якщо ми врахуємо й зимовий період – це опалення, відповідно студія взагалі буде виходити ще більше в мінус, оскільки це нежитлове приміщення і власність, комунальні послуги та будь-які витрати будуть набагато більше, ніж якби це було орендоване приміщення. Можна зазначити, що з урахуванням наведених розрахунків, студія є збитковою. Перерахуємо проблеми, що призвели до закриття студії – це нестабільна відвідуваність, простій студії, коли немає тренувань, недостатня кількість тренерів-викладачів, невелика різноманітність тренувань, практично відсутня реклама, безкоштовна вода.

Враховуючи проблеми, з якими ми стикнулися, та проаналізувавши помилки, нами було розроблено рекомендації що можливого збільшення прибутку студії:

- надати в оренду зали у час, коли там не проходять заняття;
- запланувати витрати на рекламу;
- найняти більше викладачів (буде велика різноманітність тренувань, відповідно приходитиме більше людей, плюс студія не простоюватиме);

- зробити більшу кількість різних видів тренувань, щоб у людей був вибір. Додати: пілатес, можливо, танці, якість розмаїття зробити класів, щоб люди, які не можуть прийти в понеділок на певний час, могли прийти у вівторок, щоб у них завжди був вибір, і людей у будь-якому разі буде більше, адже, комусь подобається йога, а комусь, навпаки, сподобається стретчинг чи фітнес. Зросте кількість відвідувачів, і, як наслідок, зростатиме прибуток студії.

- вимагати від викладачів, щоб займалися власним просуванням у себе в соціальних мережах. Такий крок у їхніх інтересах, оскільки, просуваючи себе, вони рекламуватимуть студію і відповідно до них буде більше людей приходити, вони більше зароблятимуть і, звісно, зароблятиме студія;

- проводити різні майстер-класи через кожен тиждень – це можуть бути: класи тренувань, тренування на свіжому повітрі тощо, тобто можна щось придумати поза тренувальним часом;

- робити різні акції. Наприклад, приводь друга і отримай знижку 50% - це вже плюс 2 відвідувачі. А далі, «ланцюгова реакція» і, як наслідок, зросте прибуток.

- раз на місяць робити день відкритих дверей, щоб залучати більшу кількість людей. Навіть якщо одна людина залишиться, це вже «+».

- зайнятися продажем спортивного одягу, матеріалів для йоги, килимків, ременів, еспандерів і ще що-небудь. Одяг, який привертатиме увагу, красиві комбінезони, лосини, майки, топи - те, що буде висіти на вішаку й «кидатися в очі».

- прибрати кулер і почати продавати воду, адже після тренування завжди є попит на воду. Запропонувати для продажу протеїнові батончики, корисні цукерки, перекуси та чай.

- у студії є дитяча йога. Тому пропонуємо зробити групу для батьків, щоб поки вони чекають своїх діток, вони могли теж позайматися. А це вже дві групи відвідувачів.

- під час тренування можна поставити камеру і робити онлайн тренування, тим самим зробити онлайн клуб у соціальних мережах, що теж призведе до збільшення прибутку. Наприклад, люди, які хочуть прийти на тренування, але з якихось причин не можуть, включають телефон і займаються, тим самим збільшуючи прибуток студії;

- щотижнево телефонувати клієнтам студії і дізнаватися, що потрібно додати, чого б хотілося ще, що не подобається. По-перше, це буде зворотний зв'язок, по-друге, абсолютно кожній людині приємно, коли нею цікавляться, враховують її думку, і тим самим покращуватиметься якість роботи студії;

- організовувати заходи з чаювання, малювання мандали, нейрографіки, можливо, спілкування з астрологом, тим самим привертати увагу людей до роботи студії;

- співпраця з місцевими блогерами. Блогер приходить займається безоплатно, але з умовою реклами студії в соцмережах. Оскільки в нього велика аудиторія, він може природно залучати більше людей розповідаючи про студію. Відвідувачі почнуть приходити тому, що блогер є для них авторитетом;

- розширити асортимент послуг. Наприклад, людина добре потренувалася і чому б не сходити на масаж - це завжди приємно. Можна робити акції, щодо розіграшу масажу після тренування.

Враховуючи власний практичний досвід, вважаємо, що запропоновані рекомендації допоможуть у майбутньому уникнути проблем та помилок у сфері малого бізнесу, що надає сервісні послуги.