

Содержание:

Глава 1. История и основные направления сети

1.1. Краткая история и основные направления “World Class”

Бренд World Class появился на российском рынке в 1990 году.

В 1993 году в Москве, на улице Житной, был открыт первый фитнес-клуб World Class, соответствующий мировым стандартам. Тем самым было положено начало развития фитнес-индустрии в России и странах СНГ.

На сегодняшний день World Class является крупнейшей фитнес-корпорацией в России, которая оперирует 39 собственными и 44 франчайзинговыми клубами в 33 городе в 4 странах.

World Class является основателем института персональных тренеров в России. В компании разработана система сертификации, которую ежегодно проходят все инструкторы сети. В состав тренерской команды клубов входят олимпийские чемпионы, чемпионы мира и Европы, мастера спорта международного класса.

Сеть фитнес-клубов World Class представляет членам клубов полный комплекс фитнес- и wellness программ, бассейны, групповой и индивидуальный тренинг, тренажерные залы, Детские клубы, русскую и турецкую бани, салоны Beauty SPA, магазины спортивной одежды Reebok, фитнес-бары и солярии.

Глава 2. Динамика бюджета и анализ доходов и расходов организации

2.1. Динамика годового бюджета организации за 3 года

<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2016 года</i>	<i>На 31 декабря 2015 года</i>	<i>На 31 декабря 2014 года</i>
Актив				
I. Внеоборотные активы				
Основные средства	1150	1 130	2 128	1170
Итого по разделу I	1100	1 130	2 128	1170
II. Оборотные активы				
Запасы	1210	471	447	500
Дебиторская задолженность	1230	74	10	27
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 265	1 122	1225
Итого по разделу II	1200	1 810	1 579	1752
БАЛАНС	1600	2 940	3 708	2922
Пассив				
III. Капитал и резервы				
Итого по разделу III	1300	-2 596	-1 832	-1980

IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

Заемные средства	1410	5 500	5 500	5500
Итого по разделу IV	1400	5 500	5 500	5500

V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

Кредиторская задолженность	1520	36	39	47
Итого по разделу V	1500	36	39	47
БАЛАНС	1700	2 940	3 708	3900

2.2 Анализ доходов и расходов организации

Расходы	Доходы	
Заработная плата	40%	Продажа клубных карт. 60%
Аренда.	25%	Фито-бар. 10%
Комм. Расходы.	10%	Магазин. 5%
Реклама.	15%	Услуги Spa. 10%
Амортизация оборудования. 5%	Доп. Спорт. Услуги.	15%

Прочие расходы.

5%

Глава 3. Организационная структура и организационно-правовая форма организации.

3.1 Организационно-правовая форма организации.

Организационно - правовой формой Фитнес Клуба является общество с ограниченной ответственностью «World Class». Общество осуществляет свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации, имеет печати и штампы со своим наименованием свой расчетный счет в банке, самостоятельный баланс. Оно осуществляет хозяйственную деятельность на принципах самоуправления и самоокупаемости, ведет бухгалтерский учет и статистическую отчетность. Основной вид деятельности Фитнес Клуба «World Class» - предоставление фитнес услуг потребителю.

Миссия Клуба: удовлетворение потребностей клиента .

Цели клуба: достижение долгосрочного сотрудничества с любым клиентом.
Получение прибыли. Индивидуальный подход к каждому клиенту.

Приоритеты:

- качественное обслуживание;
- высокий профессионализм сотрудников;
- гибкая ценовая политика;
- широкий ассортимент услуг.

Главные задачи :

- занятие определенной ниши на рынке;
- повышение квалификации персонала;

- разработка индивидуального подхода к каждому клиенту;
- совершенствование материальной и информационной базы фирмы.

3.2 Организационная структура организации

Директор по персоналу

Директор по развитию бизнеса

Директор по продажам

Директор направления франчайзинг

Директор по стратегии и маркетингу

Фитнес-директор

Вице-президент по правовым вопросам

Вице-президент по экономике и финансам

Вице-президент по управлению и развитию сети салонов СПА

Генеральный директор

Президент

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сеть фитнес-клубов World Class имеет более обширный и разнообразный спектр услуг, чем у других клубов. Также в компании работает высоко квалифицированный персонал, в состав которого также входят олимпийские чемпионы, чемпионы мира и Европы, мастера спорта международного класса.

По результатам анализа политики компании World Class можно отметить то, что она относится к "люкс" и "премиум" сегментам рынка. Но несмотря на довольно дорогие цены, пользуется большим спросом, и является крупнейшей фитнес-корпорацией в России.

Компания имеет огромный потенциал для развития. Один из путей развития маркетинговой политики данной организации – привлечение людей путем увеличения количества рекламы в СМИ и финансирования различных спортивных мероприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. <https://www.worldclass.ru/>
2. <https://www.google.ru/>
3. . Менеджмент в индустрии спорта: сб.ст. Вып.1./под ред. В.А. Леднева.-М.: Московский Финансово-промышленный университет "Университет", 2012.- 200с.(Индустрия спорта)