

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: Удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю
фітнес клубу «Makfitclub» (ФОП МАКАГОН Т. Г.)**

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Здобувачки _____ Значек Р.Р.
2 курсу групи МРз-781

Керівник _____ доц. Лозовська Г.М.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від « 15» грудня 2022 р., протокол № 5 .

**Завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі _____ проф. Лагодієнко В.В.**

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту, маркетингу і логістики

Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі

Ступінь вищої освіти “магістр”

Спеціальність 075“Маркетинг”

Освітньо-професійна програма “Маркетинг”

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі

“30” вересня 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧІ

Значек Рафаелі Рафаелівні

-
1. Тема проекту (роботи) Удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю фітнес клубу «Makfitclub» (ФОП МАКАГОН Т. Г.) та керівник к.е.н., доц. Лозовська Г.М. затверджені наказом ОНТУ від «7» жовтня 2021 року № 851-03 та у редакції, затвердженій наказом від «22» серпня 2022 року № 477-03
 2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.12.2022 року
 3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані фітнес-клубу «Makfitclub» (ФОП Макагон Т. Г.) про обсяги надання послуг за 2018-2021 роки, економічні показники діяльності фітнес-клубу «Makfitclub» (ФОП Макагон Т. Г.), огляд українського ринку індустрії фітнес-послуг.
 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства. Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності фітнес-клубу «Makfitclub» (ФОП Макагон Т. Г.). Розділ 3. Удосконалення маркетингової стратегії фітнес-клубу «Makfitclub» (ФОП Макагон Т. Г.). Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
 5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності фітнес-клубу, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингової діяльності фітнес-клубу «Makfitclub», графічний матеріал - презентація до захисту роботи (слайдів)

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 30.09.2021 р.

Керівник

Завдання прийняв до виконання

к.е.н., доцент Лозовська Г.М.

Значек Р.Р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір робочого варіанту теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	01-25 вересня 2021 р.	виконано
2.	Затвердження робочого варіанту теми кваліфікаційної роботи	05-25 вересня 2021 р.	виконано
3.	Формування подання кафедри до наказу на затвердження теми та керівника. Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником та завідувачем кафедри.	30 вересня – 10 жовтня 2021р.	виконано
4.	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи. Підготовка першого розділу, написання тез та статей	жовтень 2021 р. – серпень 2022 р.	виконано
5.	Проходження дослідницької практики, збір даних підприємства. Уточнення теми кваліфікаційної роботи.	14 серпня – 17 жовтня 2022 р.	виконано
6.	Обробка та узагальнення зібраного матеріалу за темою роботи	16-29 жовтня 2022 р.	виконано
7.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником.	30 жовтня – 07 листопада 2022 р.	виконано
8.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час практики, і подання її на друге читання.	09-22 листопада 2022 р.	виконано
9.	Подання кваліфікаційної роботи для малого захисту на кафедрі, перевірка оформлення, на плагіат.	22-30 листопада 2022 р.	виконано
10.	Подання роботи на зовнішнє рецензування	01 - 05 грудня 2022 р.	виконано
11.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи	05-18 грудня 2022 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.	21 грудня 2022 р.	

Здобувач-дипломник

(підпис)

Значек Р.Р.

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)

(підпис)

Лозовська Г.М.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи студентки СВО «Магістр» Значек Р.Р.

Магістерська робота на тему «Удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю фітнес клубу «Makfitclub» (ФОП МАКАГОН Т. Г.)» складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, з них 79 сторінок основного тексту, 12 рисунків, 28 таблиць, список використаних джерел, який складається з 49 найменувань.

Метою написання даної кваліфікаційної роботи є удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю фітнес-клубу «Makfitclub» (ФОП Макагон Т.Г.).

Об'єктом дослідження є фітнес-клуб «Makfitclub».

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти щодо розробки та удосконалення маркетингової стратегії для фітнес-клубу «Makfitclub».

Методи наукових досліджень: PESTEL-аналіз для аналізу впливу зовнішніх факторів на підприємство, модель п'яти конкурентних сил М. Портера, матриця McKinsey/GE, SWOT-аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, матриця «товар-ринки» за І. Ансоффом для розробки стратегії підприємства.

Наукова новизна. Відповідно до мети і завдань у даній роботі містяться науково обґрунтовані рекомендації щодо управління маркетинговою діяльністю фітнес-клубу та розробки маркетингової стратегії для просування фітнес-послуг серед споживачів.

Практична значущість отриманих результатів полягає в удосконаленні системи управління маркетинговою діяльністю з розробкою маркетингових стратегій фітнес-клубу, формуванні програми рекламної кампанії та стимулюванні просування фітнес-послуг клубу «Makfitclub» серед споживачів.

Ключові слова: мікро- та макросередовище, система маркетингових стратегій фітнес-клубу, портфельний аналіз, стратегія розвитку товару.

SUMMARY

for the qualification work of the student of degree of higher education

«Master» Znachek R.R.

The master's thesis on the topic "Improving the marketing activity management system of the fitness club "Makfitclub" (FOP Makagon T. G.)" consists of an introduction, three sections, conclusions and proposals, a list of used sources. The total volume of the work is 89 pages, including 79 pages of the main text, 12 figures, 28 tables, a list of used sources, which consists of 49 titles.

The purpose of writing this qualification work is to improve the marketing activity management system of the fitness club "Makfitclub" (FOP Makagon T.G.).

The object of the study is the Makfitclub fitness club.

The subject of the research is theoretical, methodological and practical aspects of developing and improving the marketing strategy for the Makfitclub fitness club.

Methods of scientific research: PESTEL analysis for analyzing the impact of external factors on the enterprise, M. Porter's model of five competitive forces, McKinsey/GE matrix, SWOT analysis of the internal and external environment, "product-market" matrix according to I. Ansoff for the development of the strategy of the sub-enterprise.

Scientific novelty. In accordance with the purpose and objectives, this work contains scientifically based recommendations for managing the marketing activities of the fitness club and developing a marketing strategy for the promotion of fitness services among consumers.

The practical significance of the obtained results lies in the improvement of the marketing activity management system with the development of marketing strategies of the fitness club, the formation of the advertising campaign program and the stimulation of the promotion of fitness services of the Makfitclub club among consumers.

Key words: micro- and macro-environment, fitness club marketing strategy system, portfolio analysis, product development strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1 Сутність та взаємозв'язок понять «маркетингова діяльність» та «управління маркетинговою діяльністю»	10
1.2 Управління маркетинговою діяльністю підприємства як основа успішного розвитку	13
1.3 Шляхи підвищення ефективності маркетингового управління в сфері фітнес-послуг	16
Висновки до розділу 1	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІТНЕС- КЛУБУ «МАКФІТCLUB» (ФОП МАКАГОН Т. Г.)	22
2.1 Аналіз макросередовища фітнес-клубу «Makfitclub»	22
2.2 Аналіз мікросередовища фітнес-клубу «Makfitclub»	28
2.3 Портфельний аналіз стратегічних зон господарювання	46
2.4 SWOT-аналіз фітнес-клубу «Makfitclub»	50
Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ФІТНЕС-КЛУБУ «МАКФІТCLUB» (ФОП МАКАГОН Т. Г.)	56
3.1 Розробка системи маркетингових стратегій фітнес-клубу «Makfitclub»	56
3.2 Формування програми рекламної діяльності підприємства	71
3.3 Прогнозування ефективності реалізації маркетингової стратегії фі- тнес-клубу «Makfitclub»	76
Висновки до розділу 3	80
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85

ВСТУП

В умовах швидкого розвитку науки, техніки і технологій успіху досягне лише те підприємство, яке правильно використовує маркетингове управління, постійно вдосконалює та адаптує свою стратегію відповідно до змін ринкового середовища. В Україні сьогодні вітчизняним підприємцям досить часто не вистачає досвіду роботи у нових ринкових умовах, зокрема у здійсненні маркетингової діяльності. Проте, управління маркетингом є необхідним в процесі виробництва та збуту, що враховує попит та потреби споживачів [1, 2].

Управління маркетинговою діяльністю – процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розвитку ідей, продуктів і послуг, спрямований на здійснення обміну, який задовольняє як окремих осіб, так і фірму. Воно має за мету також розв’язання завдань впливу фірми на рівень і структуру попиту у певний проміжок часу, визначення оптимального співвідношення попиту і пропозиції, щоб фірма досягла поставленої мети [3, 4].

Фітнес-індустрія розглядається як сфера послуг, сукупність різних суб’єктів фітнес-діяльності, якій також необхідне управління маркетинговою діяльністю. Інтенсивний розвиток спортивного руху безпосередньо пов’язаний зі зміцненням здоров’я громадян. Активний інтерес населення до спорту полягає в організації процесу тренувань, розвитку та вдосконалення сил і можливостей людини, а саме: фізичних, емоційних, адаптаційних, духовних [5].

Сьогодні в Україні займаються фітнесом близько 1 млн 90 тис. осіб, що становить 2,6 % від загальної кількості населення. Ринок фітнесу в Україні тільки формується, адже споживачами фітнес-послуг є менше 3% українського населення [6, 7]. Тому, Україна має величезний потенціал для розвитку фітнес-індустрії. За сприятливих економічних умов і податкового середовища, кількість споживачів фітнесу можна як мінімум подвоїти. Фітнес-індустрія – це та сфера, що буде цікава як для внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій.

Здобувачка	Значек Р.Р.			КРМ. МПіТ.1.477-03.ІІ.2.2			
				Текстова частина	Стад.		Стор.
Керівник	Лозовська Г.М.					6	89
					ОНТУ		
Зав. каф.	Лагодієнко В.В.						

Одеса є південним регіональним центром. Одеса займає третє місце після Києва та Харкова за основними показниками фітнес-індустрії. А за покриттям фітнес-послугами займає другу позицію (покриття в Одесі складає 7,4 %). Також Одеса знаходиться на 2 місці після Києва за середньорічною вартістю відвідування, а це вказує на те, що у місті можна розвивати більш дорогий сегмент фітнес-клубів [7]. Розвитку сфери спортивних послуг також сприяє тренд орієнтації населення на здоровий спосіб життя, активну діяльність та новий спосіб дозвілля сучасних людей.

Конкуренція у сфері послуг, зокрема спортивних, досить велика. Причинами цього стають відносно невеликі складнощі на початку бізнесу та бар'єри для потрапляння в галузь. Індустрія спорту (фітнес-послуг) є дуже контактною сферою діяльності, а якість послуги залежить від персоналу організації. Власникам та керівникам підприємств у цій сфері потрібно розвивати маркетинг, який спрямований на споживача й персонал, щоб одночасно задовольнити їх потреби та забезпечити конкурентоспроможність своїх послуг на ринку та організації загалом. Таким чином, пошук маркетингових рішень у сфері фітнес-послуг, спрямованих на клієнтів та колектив, є необхідним інструментом ефективного розвитку цієї сфери [7 – 9].

Актуальність обраної теми викликана потребою постійного відстеження оцінки і аналізу маркетингової діяльності підприємства. У різних наукових працях дослідників [10 – 14] широко висвітлено теоретичні і практичні аспекти управління маркетингом підприємств, окреслено головні проблеми його ефективного здійснення. Проте дотепер у наукових колах мало уваги приділялося питанням підвищення ефективності управління маркетингом якраз на малих підприємствах, а саме сфери фітнес-послуг. Отже, обрана тема є актуальною, а проведення наукового дослідження – доцільним.

Це обумовлює актуальність та закономірність дослідження сутності маркетингу, а їх комплексний характер і різнобічність використання вимагають вдосконалення підходів до управління маркетинговою діяльністю, що дасть змогу не лише усвідомити її роль в розвитку підприємства, але й передусім

оцінити спрямованість і ефективність маркетингової діяльності підприємства.

Метою даної кваліфікаційної роботи є удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю фітнес-клубу «Makfitclub» (ФОП Макагон Т.Г.).

Для досягнення мети сформовані наступні завдання:

- дослідити теоретичні та методичні підходи до удосконалення маркетингової діяльності підприємства;
- проаналізувати макро- та мікросередовище фітнес-клубу «Makfitclub»;
- провести портфельний аналіз стратегічних зон господарювання для фітнес-клубу;
- надати SWOT-аналіз фітнес-клубу «Makfitclub»;
- розробити систему маркетингових стратегій для фітнес-клубу «Makfitclub»;
- оцінити ефективність реалізації запропонованої маркетингової стратегії фітнес-клубу «Makfitclub».

Об'єктом дослідження є фітнес-клуб «Makfitclub».

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти щодо розробки та удосконалення маркетингової стратегії для фітнес-клубу «Makfitclub».

Методи наукових досліджень: PESTEL-аналіз для аналізу впливу зовнішніх факторів на підприємство, модель п'яти конкурентних сил М. Портера, матриця McKinsey/GE, SWOT-аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, матриця «товар-ринки» за І. Ансоффом для розробки стратегії підприємства.

Наукова новизна. Відповідно до мети і завдань у даній роботі містяться науково обґрунтовані рекомендації щодо управління маркетинговою діяльністю фітнес-клубу та розробки маркетингової стратегії для просування фітнес-послуг серед споживачів:

удосконалено:

- маркетингову діяльність фітнес-клубу «Makfitclub» за допомогою розробки системи маркетингових стратегій – з метою утримання конкурентної переваги у різноманітності фітнес-послуг, для якої характерною є стратегія розвитку

товару;

- формування програми рекламної діяльності фітнес-клубу.

дістало подальшого розвитку:

- методика використання портфельного аналізу діяльності фітнес-клубу, подальшого просування на ринку фітнес-послуг, що дає змогу збільшити свої прибутки;

- проект заходів з просування фітнес-клубу на поточному ринку та розширення фітнес-послуг авторськими фітнес-тренуваннями існуючим споживачам.

Практична значущість отриманих результатів полягає в удосконаленні системи управління маркетинговою діяльністю з розробкою маркетингових стратегій фітнес-клубу, формуванні програми рекламної кампанії та стимулюванні просування фітнес-послуг клубу «Makfitclub» серед споживачів.

Обсяг і структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, з них 79 сторінок основного тексту, 12 рисунків, 28 таблиць, список використаних джерел, який складається з 49 найменувань.