

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ
МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Пархоменко Ксенія Олександрівна

ПІБ

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Пархоменко К.О. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової товарної політики.

У кваліфікаційній роботі розглядаються теоретичні аспекти використання маркетингових досліджень для розробки маркетингової товарної політики на прикладі фітнес клубу "FIT4YOU". У першому розділі досліджується сутність маркетингової товарної політики та способи використання маркетингових досліджень для її удосконалення. Другий розділ присвячено аналізу господарської діяльності та особливостей товарної політики фітнес клубу "FIT4YOU", включаючи характеристику діяльності, аналіз ринку та конкурентів, сегментування ринку, позиціонування та SWOT-аналіз. У третьому розділі розглядається використання результатів маркетингових досліджень для вдосконалення товарної політики, включаючи маркетингові дослідження уподобань споживачів, розробку заходів з удосконалення товарної політики та оцінку економічного результату від їх запровадження.

Ключові слова: маркетингові дослідження, товарна політика, фітнес клуб, аналіз ринку, сегментування ринку, SWOT-аналіз, результати досліджень.

SUMMARY

Parkhomenko K.O. Marketing research as a basis for the development of marketing product policy.

Bachelor's thesis examines the theoretical aspects of using marketing research to develop a marketing product policy on the example of the fitness club "FIT4YOU". The first section explores the essence of marketing product policy and ways to use marketing research to improve it. The second section is devoted to the analysis of economic activities and features of the product policy of the fitness club "FIT4YOU", including the characteristics of activities, market and competitor analysis, market segmentation, positioning and SWOT analysis. The third section considers the use of marketing research results to improve the product policy, including marketing research on consumer preferences, development of measures to improve the product policy and evaluation of the economic result of their implementation.

Keywords: marketing research, product policy, fitness club, market analysis, market segmentation, SWOT analysis, research results.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДЛЯ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ	8
1.1. Сутність маркетингової товарної політики	8
1.2. Способи використання маркетингових досліджень для розробки і удосконалення товарної політики підприємства.	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ФІТНЕС КЛУБУ «FIT4YOU»	22
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства	22
2.2. Особливості формування товарної політики фітнес клубу «FIT4YOU»	30
2.3. Аналіз ринку фітнес послуг і конкурентів	35
2.4. Сегментування ринку і позиціонування послуг фітнес клубу «FIT4YOU»	48
2.5. SWOT-аналіз	54
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ФІТНЕС КЛУБУ «FIT4YOU»	59
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів стосовно послуг фітнес клубу «FIT4YOU»	59
3.2. Розробка заходів з удосконалення товарної політики на базі результатів маркетингового дослідження	65
3.3. Бюджет маркетингу і економічний результат запровадження запропонованих заходів	72
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	87

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» (Редакція від 01.01.2024 р.)
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>
2. Закон України від 15 березня 2022 року № 2120-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» (Закон України № 2120). Державна податкова служба України Офіційний портал. URL:<https://ck.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/print-577367.html>
3. Ажиппо О., Путятіна Г. Аналіз сучасного стану реалізації кадрової політики фітнес-клубів. *Слобожанський науково-спортивний вісник* 4(68) (2018): С. 5-9.
4. Академія фітнесу-Україна 2023 р. URL: <https://fitnessacademy.com.ua/articles/iak-povnomasshtabne-vtorhnennia-vplynulo-na-fitness-industriiu-u-2022-2023-rokakh/>
5. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навч. посібн. К.: «Професіонал», 2006. - 336 с.
Белова Т.Г. Маркетингові дослідження: конспект лекцій для студентів. К.: НУХТ 2010. – 131с.
6. Белявцев М.І., Петренко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2015. 332 с.
7. Безугла Л.С., Агафонов О.Д., Гладкий Д.Р. Формування маркетингової товарної політики. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 35. С. 133–137.
8. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І., Кобернюк С.О., Воловік Д.В. Маркетингові дослідження. Навчальний посібник/ Дніпро : Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с.
9. Богоявленський О.В., Попова І.В. Маркетингові стратегії у розвитку фітнес-індустрії. *Електронний фаховий науково-практичний журнал*

«Інфраструктура ринку». 2019. № 32. С.89 – 95 URL:http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/15.pdf

10. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. Київ: Видавництво Кондор, 2016. 378 с.

11. Бондар М. Реклама не найкращих часів. Контракти. 2018. № 24. С. 32–36

12. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. Тернопіль: Карт-бланш, 2006. 275 с.

13. Братко О.С., Лагоцька Н.З. Сутність маркетингового аналізу товарної політики. Інноваційна економіка. 2012. № 1. С. 213-218.

14. Вашків О.П. Стратегія українського підприємства у контексті інституційних змін. Стратегія економічного розвитку України : науковий збірник. Вип. 15 / голов. редактор А.П. Наливайко. Київ : КНЕУ, 2004. С. 114-118.

15. Вашків О.П., Гавриленко Ю.С. Інтернет-маркетинг – новий напрям маркетингової політики малих підприємств та фізичних осіб-підприємців. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент : зб. наук. праць. Вип. 37. Одеса, 2019. С. 27-33.

16. Воробйова А., Ковальова Н., Юрченко О., Ковальов В. Фітнес-тренди 2020. *Спортивний вісник Придніпров'я*. 2020. № 1. С. 230–237.

Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – 5-те вид. доп. – Київ: Лібра, 2017. – 720 с.

17. Гіл, Ч. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку [Текст] / Ч. Гіл; пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. – К.: Основи, 2001. – 854 с.

18. Гой І.В., Смелянська Т.Т. Підприємництво : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 368 с.

19. Гречаник Н.Ю., Стельмащук Н.А. Сутність та особливості маркетингової цінової політики. *Інноваційна економіка*. 2012. № 6. С. 205-212.

20. Гречуха А.О. Складові сучасної маркетингової політики розподілу продукції підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 4. С. 132-137.

21. Громова Л.П. Ефективний маркетинг: теорія і практика / Л.П. Громова. – Київ: Видавничий дім "Стандарт", 2017. – 304 с.
22. Дембіцька О. О., Гайдай С. І., Чайченко Н. Л., Хапсаліс Г. Л. Перспективи розвитку фітнес-індустрії в Україні. *Rehabilitation & Recreation*. 2023. №15.С. 160-166
23. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навч. посіб. Київ : Професіонал, 2009. 320 с.
24. Дослідження фітнес-послуг України 2018 р. URL: <https://fitcurves.org/wp-content/themes/fitcurves/fr-new/2018.pdf>
25. Дослідження фітнес-послуг України 2019 р. URL: <https://docs.google.com/gview>
26. Дутчак, М., Чеховська Л. Сучасний стан та перспективи удосконалення діяльності фітнес-персоналу України. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6868/1/1152-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-2263-1-10-20230421.pdf>
27. Дячков Д.В., Ткачова (Нетеса) І.В. Маркетингово-орієнтований підхід до управління підприємствами спортивно-оздоровчих послуг *Електронний фаховий науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. 2020. № 4.С. 182-186. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/2020>
28. Економіка підприємництва : підручник / за ред. Л.В. Фролової. Одеса : Бондаренко М.О., 2020. 708 с
29. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна ; ФОП Іванченко І.С. – Харків 2016. – 243 с.
30. Жданова О.С. Маркетингова політика та її місце в загальній економічній політиці промислових підприємств. Механізм регулювання економіки. 2009. № 4. С. 65-67.
31. Звіт ACSM's Worldwide Survey of Fitness Trends на 2024 р. URL: <https://www.fitnessservice.com.ua/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-%D1%82%D0%B0-%D1%84%D0%BE%D1%82%D0%BE/%D1%84%D1%96%D1%82%D0%BD%D0>

[%B5%D1%81-%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8-%D0%B2%D1%96%D0%B4-acsm-%D0%BD%D0%B0-2024-%D1%80%D1%96%D0%BA](#)

32. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник. М-во освіти і науки України. Харків : УкрДУЗТ, 2015. 190 с.

33. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика: Підручник для студ. вищ. навч. закл. Суми: Університетська книга, 2005. 232с.

34. Інтернет- ресурс. URL: <https://opendatabot.ua/c/43261065>

35. Інтернет-ресурс YouControl URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/43261065/

36. Калініченко О.О., Пойта І.О. Проблеми та перспективи розвитку маркетингової товарної політики підприємства. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/32925/1/Тези%201%20Калініченко.pdf>

37. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 200 с.

38. Котлер Ф. Маркетинг у великому місті / Ф. Котлер. – Київ: Видавнича група ВНУ, 2006. – 496 с.

39. Крамаренко В.І. Маркетинг: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 258 с.

40. Кубишина Н.С. Формування маркетингової товарної політики // Н.С.Кубишина, А.В.Державська// Актуальні проблеми економіки та управління: зб.наук.праць - К:НТУУ КПІ, 2016.- Вип.10

41. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 66. С. 149–158

42. Лопатюк О.І. Маркетингові дослідження в управлінні підприємством / О.І. Лопатюк. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 240 с.

43. Маркетинг в сучасних умовах глобалізації: колективна монографія / за ред. В.М. Гаврилюка. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 328с.

44. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань; МОН України, – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
45. Маркетингові комунікації: теорія і практика: збірник наукових праць / за ред. О.В. Жегуса. – Харків: ФОП Іванченко І.С., 2019. – 376 с.
46. Маркетингова стратегія підприємства: теорія та практика: колективна монографія / за ред. О.О. Семенова. – Харків: ФОП Іванченко І.С., 2018. – 448 с.
47. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Н.О. Мартинович, В.Г. Горник, Е.Б. Бойченко. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. - 323 с.
48. Основний сайт фітнес-центру "Fit4You". URL: <https://fit4you.dp.ua/>
49. Павлюк О.М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / О.М. Павлюк, В.В. Шумейко, Н.В. Єфімова. – Київ: Видавництво НТУ "ХП", 2019. – 360 с
50. Петрова І.О. Сучасні тенденції в рекламній діяльності / І.О. Петрова. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. – 208 с.
51. Петропавловська С.В., Ковтун К.Ю. Маркетингові комунікації в мережі Інтернет як інноваційний інструмент стратегії просування. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія: «Економічні науки»*. Вип. 3 (104), 2021. С.96-116
52. Приступа Є.Г., Чеховська Л.Я. Формування конкурентного середовища мережі фітнес клубів у Львові. *Фізична активність, здоров'я і спорт* 1 (32) (2018): С.70-77.
53. Руденко О., Сергієнко О. Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32
54. Семенова І.В. Реклама як інструмент маркетингової комунікації / І.В. Семенова. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 184 с.
55. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
56. Стадник С. Діяльність фітнес-клубів у місті Харкові. *Слобожанський науково-спортивний вісник* 2 (64) (2018): С. 58-62

57. Тишина Н. Розвиток фітнес-індустрії: тенденції та перспективи. URL: <http://nbr.com.ua/ua/news/855>

58. Ткачук С.В. Маркетинг послуг [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. галузі знань 0305 "Економіка і підприємництво" напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної та заочної форм навч. / С.В. Ткачук. – К.: НУХТ, 2015. – 119 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6f90e594-ce0e-4287-860b-7f719b8bbacb/content>

59. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолук О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. Науково-виробничий журнал. 103 Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). С.99-103. URL: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua>

60. Шевченко А.В., Савченко А.Ю., Квітко Д. Інтегрований підхід до вивчення досвіду споживачів. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. Випуск 1(81)/2021. С. 105-111

61. Шевченко А.В., Марчук В.В., Адєєва Г.В. Стандарти забезпечення маркетингових досліджень в умовах цифрової економіки. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр Вип. 1(87), 2022. С. 115-122.

62. Шевченко А.В., Крушинський А.В. Методи інноваційного маркетингу реалізації маркетингової стратегії підприємства. Наукові інновації та передові технології (Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал. 2023. № 3(17) 2023. С. 251-261.

63. Шмідт Ж. Креативний маркетинг / Ж. Шмідт. – Київ: Видавнича група BVH, 2013. – 320 с.

64. Abuselidze I G., Talavyria M., Vyshnivska B., Kniazieva T., Bondarenko L., Makedon H. and Salkova I. The economic mechanism of marketing activity management of food enterprises. E3S Web of Conferences, ISSN 2267-1242, EDP Sciences, Les Ulis, Vol. 371, pp. 1-10.