

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістр

зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»
(назва освітньої програми)

на тему:
«Маркетингова діяльність студії йоги та розтяжки
"Place Y&S"
(назва теми)

Виконавець:

студент ФМЕ

Кириченко Інна Віталіївна _____

Науковий керівник:

Кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу

Жарська Ірина Олександрівна _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Важливість маркетингу в сучасному житті обумовлюється стрімкими глобалізаційними та інтеграційними процесами, які обумовлюють зростання світової економіки за рахунок створення нових компаній, товарів та послуг. Відповідно розширення ринку стандартизованих товарів та послуг призвело до сповільнення їх реалізації. Сьогодні споживачі купують не товар чи послугу, а образ, який стоїть за цими послугами. Саме комплекс маркетингу дозволяє створити образ, яким прагне задовільнитись споживач.

В останні роки в Україні та світі спостерігається стрімке зростання популярності йоги та розтяжки. Це пов'язано з зростаючою свідомістю людей про важливість здорового способу життя, прагненням до гармонії тіла та душі, а також бажанням зняти стрес та розслабитися. У зв'язку з цим зростає попит на послуги студій йоги та розтяжки.

Студія йоги та розтяжки "Place Y&S" - це молода та динамічно розвивається компанія, яка пропонує широкий спектр послуг з йоги та розтяжки для людей різного віку та рівня підготовки. Студія має зручне розташування, кваліфікованих тренерів та сучасне обладнання.

Однак, на ринку існує велика кількість конкурентів, тому для успішного розвитку студії "Place Y&S" необхідно проводити активну маркетингову діяльність.

Мета дослідження: Метою даної дипломної роботи є вивчення маркетингової діяльності студії йоги та розтяжки "Place Y&S" та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення.

Завдання дослідження:

1. Провести аналіз ринку студій йоги та розтяжки в Україні та світі.
2. Дослідити конкурентне середовище студії "Place Y&S".
3. Вивчити споживчий попит на послуги йоги та розтяжки.
4. Проаналізувати маркетингову діяльність студії "Place Y&S".
5. Розробити рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності студії "Place Y&S".

Об'єкт дослідження: Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність студії йоги та розтяжки "Place Y&S".

Предмет дослідження: Предметом дослідження є методи та інструменти маркетингу, які використовуються студією "Place Y&S" для просування своїх послуг.

Методи дослідження: аналіз літературних джерел, аналіз статистичних даних, маркетингові дослідження, експертні оцінки.

Інформаційна база дослідження дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства, дані опитувань.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (34 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок. Основний зміст викладено на 100 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 30 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДІЇ ЙОГИ ТА РОЗТЯЖКИ «PLACE Y&S»»** було проаналізовано сутність маркетингової діяльності підприємства, охарактеризовано елементи комплексу маркетингу, досліджено специфіку маркетингової діяльності студій йоги в різних країнах світу.

У другому розділі **«АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДІЇ ЙОГИ ТА РОЗТЯЖКИ «PLACE Y&S»»** визначено особливості діяльності студії йоги та розтяжки «Place Y&S», наведено результати SWOT-аналізу студії «Place Y&S», проаналізовані маркетингові стратегії студії визначено конкурентоспроможність послуг, які вона надає.

У третьому розділі **«РОЗРОБКА ТА ОБГРУНТУВАННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДІЇ ЙОГИ ТА РОЗТЯЖКИ «PLACE Y&S»»** було розроблено стратегії просування студії «Place Y&S», сформовано рекомендації щодо вдосконалення комплексу маркетингу студії, проаналізовано доцільність відкриття нового філіалу як можливий спосіб розвитку та просування студії йоги «Place Y&S».

ВИСНОВКИ

1. З теоретичного розділу, можна зробити висновок, що маркетинг – це складний і багатогранний процес, який базується на поведінці споживачів і спрямований на задоволення їх потреб.

Правильно прийняті маркетингові рішення дозволяють задовольнити потреби споживачів, що в свою чергу забезпечує прибуток компанії, яка є основою її функціонування.

Дуже важливо розуміти, що товар і послуга по-різному створюються, мають різну цінність для споживачів, тому й методи просування та продажів мають бути різними.

Що стосується аналізованої сфери, то у 2023 році світовий ринок йоги оцінюється в 107,1 мільярда доларів США, і очікується, що з 2024 по 2030 рік він зростатиме на 9,4% у середньому.

Фактори, що сприяють зростанню ринку, включають:

- Зростаюча обізнаність споживачів щодо здоров'я та благополуччя.
- Зростання популярності онлайн-курсів йоги.
- Попит на екологічно чисті та стійкі товари для йоги.
- Глобалізація йоги та її впровадження в різних культурах і регіонах.
- Підтримка знаменитостей, впливових осіб, медичних працівників і захисників здоров'я.
- Зростання наявного доходу як у розвинутих економіках, так і в країнах, що розвиваються.

Аналіз цільової аудиторії, яка є зацікавленою в сфері йоги показав, що:

- На ринку йоги домінують жінки, у 2023 році вони займали 72% ринку.

- Віковий сегмент 30-50 років є найбільшим сегментом ринку, на нього припадає 43,5% частки ринку в 2023 році.
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон є найбільшим ринком для йоги, на нього припадає 37,2% частки ринку в 2023 році.
- Онлайн-йога стає все більш популярною: 67% практикуючих йогу займаються вдома.

Прогнозується, що **ринок йоги продовжуватиме зростати** в найближчі роки завдяки згаданим вище факторам. Оскільки, ринок йоги – це різноманітний і зростаючий ринок із великим потенціалом для бізнесу. Студії йоги можуть використовувати різноманітні маркетингові стратегії, щоб досягти своїх цільових ринків і досягти своїх бізнес-цілей.

2. Результати практичного розділу показали, що *послуги, які вона надає є якісними та експертними*. Це можна проілюструвати наступними тезисами:

- *Збільшення кількості клієнтів*. Оскільки роботу студія починала з 10 клієнтів, зараз потік клієнтів постійно збільшується. Групові тренування в обід відвідують від 5 до 7 клієнтів, а вечірні від 8 до 10. Зал в яких проводиться тренування може вміщувати максимальнo 10 людей, отже, це дуже гарний показник.

- *Більше годин займають проведення індивідуальних занять*, які щоразу збільшуються. Таким чином, чітко визначений сегмент послуг, який щоразу варто вдосконалювати та покращувати.

- *Сторінка Instagram гарно упакована*, є детальна інформація про студію та тренерку студії, що підвищує рівень довіри до неї. **За словами власниці студії**, більше людей почало записуватися на індивідуальні тренування, після того як прочитання сторітелінгу тренера про те, як та чому вона прийшла в йогу. Постійно запускається реклама як елемент просування та залучення нових клієнтів.

- *Студія затишна, комфортна та атмосферна*. Є весь необхідний інвентар, якісні килимки для йоги, йога-блоки, ремінці, ковдри та подушки. Є зручна роздягальня з шафками, наявний душ. Також є безкоштовна вода, в багатьох студіях воду можна лише придбати за гроші.

- *Висока якість тренувань*. Зумовлена тим, що тренерка весь час підвищує рівень своєї експертності: проходить курси, відвідує лекції, майстер-класи та семінари, формує цікаві програми як для індивідуального так і для групового форматів.

Аналіз конкурентів показав, що студія йоги та розтяжки «Place Y&S» має **два основних конкуренти**:

1. студія йоги «Namaste», яка функціонує на ринку близько семи років.
2. студії розтяжки «Pion Stretching» працює приблизно два роки.

Обидві студії мають свої сильні та слабкі сторони, однак з таблиці 2.4. можна зробити висновок, що студія «Place Y&S» надає більш якісні послуги, оскільки сумарна оцінка складає 41 бал, в той час як конкуренти отримали по 32 бали. **Нижча оцінка конкурентів спричинена**:

- рівнем цін: в «Namaste» ціни вищі за середні, в «Pion Stretching» навпаки нижчі;
- просуванням, яке не відповідає запиту клієнтів;

- недостатньою організацією затишного та комфортного простору в студіях.

На основі аналізу даних, представлених у розділі III, можна зробити наступні висновки:

Ключовим етапом побудови успішної стратегії просування студії йоги є визначення основних сегментів цільової аудиторії, їх потреб та болей.

Цільова аудиторія студії йоги та розтяжки «Place Y&S» - це переважно жінки віком від 16 до 70 років, які цікавляться йогою, розтяжкою та здоровим способом життя.

Основні болі клієнтів студії - це бажання мати хобі, мати здорове та підтягнуте тіло, профілактика після травми, корекція форми після пологів, бути у тренді, пошук однодумців.

Для розвитку студії необхідно створити комплексну стратегію просування, яка буде включати в себе:

1. *Розробку контент-плану для Instagram, який буде враховувати потреби та інтереси цільової аудиторії.*

Перед розробкою контент-плану для Instagram рекомендується провести розпаковку особистого бренду Анни, щоб краще зрозуміти її цінності, інтереси та аудиторію. Створення онлайн-платформи з тренуваннями, яка дозволить студії охопити ширшу аудиторію та збільшити дохід.

2. *Проведення марафонів та курсів з йоги та розтяжки, які допоможуть студії залучити нових клієнтів та підвищити лояльність існуючих.*

При створенні онлайн-платформи з тренуваннями необхідно врахувати потреби та можливості цільової аудиторії, а також забезпечити високу якість контенту та зручний інтерфейс. Марафони та курси з йоги та розтяжки повинні бути цікавими, інформативними та корисними для учасників.

3. *Співпрацю з магазинами товарів для декору, спортивного одягу та інвентарю для йоги.*

При співпраці з магазинами товарів для декору, спортивного одягу та інвентарю для йоги необхідно вибирати надійних партнерів, які пропонують якісну продукцію.

4. *Створення власного бренду спортивного одягу або товарів для атмосфери.*

Створення власного бренду спортивного одягу або товарів для атмосфери може бути ризикованим кроком, тому перед прийняттям такого рішення необхідно провести ретельний аналіз ринку та конкурентів.

5. *Відкриття нових філіалів студії в інших районах міста.*

Відкриття нових філіалів студії повинно ґрунтуватися на ретельному вивченні попиту та конкуренції в обраному районі.

6. *Вивчення та впровадження досвіду успішних конкурентів.*

Вивчення та впровадження досвіду успішних конкурентів може допомогти студії «Place Y&S» уникнути помилок та швидше досягти своїх цілей.