DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-21

УДК 796.015.5:005:658.8

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ У ФІТНЕС ІНДУСТРІЇ

FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE FITNESS INDUSTRY

Драгунов Дмитро Миколайович
доктор філософії, доцент,
Національний університет «Чернігівська політехніка»
ORCID: http://orcid.org/0000-0002-3828-8914

Ридзель Юрій Миколайович
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Чернігівська політехніка»
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1812-0436

Drahunov Dmytro, Rydzel Yurii
Chernihiv Polytechnic National University

У статті розглянуто основні питання, які стосуються менеджменту та маркетингу фітнес індустрії в сучасному світі. Фітнес індустрія є не лише однією з найпопулярніших галузей, але й важливою складовою активного та здорового способу життя. Зростання популярності занять фітнесом вимагає ефективного менеджменту та маркетингу. Маркетингові послуги для успішного функціонування фітнес-центрів та студій відіграє велику роль у їх подальшому розвитку. Саме просування маркетингових послуг у цьому напрямі робить успішне на сьогодні зростання попиту у фітнес індустрії. Запровадження ряду маркетингових підходів спрямованих на покращення здорового способу життя, робить успішним фітнес індустрію в нашій країні і поза нею. Запропоновано окремі шляхи розвитку фітнес індустрії, що забезпечуються на засадах маркетингу.

Ключові слова: менеджмент, маркетинг, фітнес індустрія, фітнес послуги, здоровий спосіб життя.

The article discusses the main issues related to the management and marketing of the fitness industry in the modern world. The fitness industry is not only one of the most popular industries, but also an important component of an active and healthy lifestyle. Recently, the popularity of sports events is rapidly gaining momentum and attracts the attention of millions of people around the world. Sports events are one of the main forms of international cultural exchange. In addition, the sports sphere is one of the most effective communication channels for the promotion of goods and services. Therefore, marketing is a modern and promising direction of marketing, which is a necessary tool of modern business technologies. The growing popularity of fitness classes requires effective management and marketing. Marketing services for the successful functioning of fitness centers and studios play a major role in their further development. It is the promotion of marketing services in this direction that makes the growth of demand in the fitness industry successful today. The introduction of a number of marketing approaches aimed at improving a healthy lifestyle makes the fitness industry successful in our country and abroad. Modern changes in the external environment push fitness clubs to search for the latest methods of improving their own professional activity. The development and effective functioning of any physical culture and sports organization, first of all, depends on changes in the factors of the macro environment. The goal of marketing in the field of fitness services increasingly becomes the creation of deep, long-lasting relationships with all people or organizations that can directly or indirectly affect the success of the company. Separate ways of development of the fitness industry provided on the basis of marketing are proposed, because it is effective sports marketing and adaptation to changes in the macro environment that are key to the success of fitness clubs.

Keywords: management, marketing, fitness industry, fitness services, Healthy Lifestyle.

Постановка проблем. Фітнес індустрія стає популярніше і набирає обертів у своєму спортивному розвитку. З цих позицій, швидка тенденція зростання також відрізняється великою конкуренцією. Через це рейтинг фітнес клубу залежить саме від розви-

© Драгунов Д.М., Ридзель Ю.М., 2024

тку менеджменту і маркетингу у цій сфері. Проблеми готовності менеджменту у фітнесі не завжди встигають швидко адаптуватися до новітніх трендів у спорті. Постійних змін у попиті на послуги потребують більшої уваги з маркетингової точки зору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням про менеджмент та маркетинг у фітнес індустрії досліджуються вітчизняними та зарубіжними вченими. Значний внесок у дослідження особливостей маркетингу та менеджменту внесли Н. Бондарчук, В. Вавилов, Є. Імас та інші.

Мета статті є дослідження проблеми розвитку маркетингової діяльності у галузі фітнес індустрії, вивчення досвіду, щодо організації роботи фітнес клубів та просування послуг через маркетингову діяльність, а також обґрунтування можливостей створення фітнес клубів та розвитку їх у цій галузі з метою забезпечення споживачів кращими послугами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пріоритетною функцією фітнес клубів країни є надання якісних фітнес послуг. Важливою складовою успіху фітнес-бізнесу є стратегічне планування. Менеджмент повинен розробляти та планувати чіткі місії, визначати цілі та завдання, а також розробляти стратегії для досягнення успіху. Стратегічне планування допомагає визначити конкурентні переваги [15] та виокремитися серед інших учасників ринку.

Сама дефініція менеджменту трактується як управління та керівництво персоналом. Якщо розглядати такий термін, як фітнес менеджмент, то Вавилов В. трактує його з позиції управлінця, який відповідає за свої дії та за дії своїх підлеглих [1].

Створення команди з персоналу для надання кращих якісних послуг є основним у організації фітнес клубу. Ефективне управління персоналом визначається не лише кваліфікацією інструкторів, але і їхнім мотиваційним фактором, бо це допомагає покращити якість обслуговування та забезпечити задоволеність клієнтів [6]. У функцію менеджменту також входить ретельність ведення обліку витрат, визначається оптимальні ціни та вираховується бюджет для досягнення фінансового успіху, бо ефективний фінансовий менеджмент є ключовим елементом для стабільності фітнес-бізнесу.

Маркетинг в фітнес індустрії грає важливу роль у залученні клієнтів. Маркетинговим дослідникам фітнес-послуг в Україні складно отримати інформації безпосередньо від керівників цих організацій і комерційних структур, також вони стикаються з такою проблемою, як відсутність офіційної статистики, що характеризує діяльність організацій фітнес клубів [3]. Саме тому команда менеджерів повинна збирати статистичну інформацію та займатися організацією, обов'язково з використанням ефективного стратегічного маркетингу, до якого відноситься соціальні мережі, рекламні кампанії [5] та програми лояльності, які обов'язково пов'язані з даними якісних послуг та індивідуального підходу.

Фітнес індустрія постійно змінюється, і успішний менеджмент вимагає гнучкості та готовності до впровадження інновацій. Використання новітніх технологій, впровадження нових видів тренувань та постійне навчання персоналу дозволяє підтримувати конкурентоспроможність. Успіх або навпаки у веденні цього бізнесу визначається ефективним менеджментом з інноваційними елементами, котрі дають зрозуміти особливості цієї галузі, ефективне стратегічне планування, маркетинг, управління персоналом та фінансовий контроль, який є важливим елементом для стабільної роботи фітнес-центрів та студій у сучасному ринковому середовищі [9].

Успішний менеджмент у фітнес індустрії також передбачає постійне прагнення до підвищення якості обслуговування. Клієнти часто обирають фітнес-центр не лише за програмами тренувань, важливим фактором є кваліфікований професіонал, який надає послуги з фітнесу [8]. Ефективний менеджмент включає в себе постійний аналіз конкурентів. Спостереження за тим, які послуги та тренди популярні у конкурентів, дозволяє адаптувати власний бізнес до змін в запитах клієнтів та залишатися конкурентоспроможним [14].

Фітнес індустрія має прямий зв'язок із споживачами. Ефективний менеджмент включає активну участь у соціальних та спортивних подіях, спонсорство місцевих заходів та розвиток партнерств із місцевими підприємствами. Це не лише сприяє розвитку спільноти, але й привертає увагу нових клієнтів [13].

Ведення бізнесу у галузі фітнес послуг завжди пов'язаний з ризиками. Управління ризиками є важливою частиною ефективного менеджменту у фітнес індустрії. Здатність використовувати SWOT аналізу і передбачити можливі проблеми та розробляти стратегії їх вирішення дозволяє зменшити негативний вплив непередбачених обставин на бізнес [12].

Так як фітнес індустрія постійно розвивається, то персонал фітнес-центрів повинен бути завжди готовий до нових трендів та методів тренувань. За допомогою менеджменту організацій та управління, є можливість впровадження нових технологій і це дає поштовх у розвитку цієї галузі. Навчання у ЗВО готує кваліфікований персонал, який починає відповідати вимогам на всі зміни в у фітнес індустрії. Фітнес-центри можуть впроваджувати освітні програми та лекції для клієнтів, спрямовані на підвищення обізнаності про здоровий спосіб життя, правильне харчування та інші аспекти фізичного та психічного здоров'я.

Використання сучасних технологій стає невід'ємною частиною успішного менеджменту у фітнес індустрії. Розробка мобільних додатків, віртуальних тренувань, систем електронного керування клієнтським обліком та інші технологічні інновації можуть підняти якість обслуговування та збільшити ефективність фітнес-центрів. Використання систем моніторингу та аналізу даних допомагає менеджеру приймати обґрунтовані рішення, аналізувати дані про використання обладнання, популярність різних програм та динаміку змін у попиті, що дозволяє ефективно керувати ресурсами та адаптувати послуги до потреб клієнтів.

Взаємодія з клієнтами та персоналом вимагає ефективного комунікаційного підходу. Системи зворотного зв'язку та спільні заходи дозволяють створити атмосферу взаєморозуміння та сприяють вирішенню усіх конфліктів в цілому [11]. Саме створення ефективної системи зворотного зв'язку з клієнтами дає змогу розуміти всі пропозиції, які будуть використані для подальшого вдосконалення надання послуг. Регулярні опитування, відгуки в соціальних мережах та особистий контакт із клієнтами дозволяють зрозуміти, які саме є недоліки та як можна покращити сервіс послуг [3].

Маркетингова діяльність входить до невід'ємної частини розвитку фітнес-центрів. Регулярне впровадження акцій та спеціальних пропозицій для залучення нових клієнтів стимулює їх у подальшій роботі. Акційні знижки на абонементи, подарункові сертифікати, тематичні заходи та інші акції можуть збільшити інтерес і попит споживачів.

Співпраця та участь у спортивно-масових заходах дозволяє фітнес-центрам активно взаємодіяти зі спільнотою. Організація спортивних заходів, таких як забіги, фітнес-фестивалі та турніри, може не лише привертати нових клієнтів, але і зміцнювати внутрішні зв'язки в спільноті. В подальшому всі ці заходи призводять до стратегії розширення послуг та самих фітнес центрів. Можливе відкриття нових фітнес-центрів, розширення послуг, введення нових форматів тренувань або розвиток співпраці з іншими галузями, такими як харчування чи медичні послуги.

Участь у соціальних проектах та благодійних заходах вказує на соціальну відповідальність фітнес-центру. Співпраця із місцевими громадськими організаціями та участь у благодійних акціях може покращити імідж бренду та залучити підтримку від спільноти [10].

Менеджмент у фітнес індустрії – це постійний процес адаптації, інновацій та стратегічного планування. Використання комплексного підходу та реагування на зміни в індустрії дозволяє зберігати конкурентоспроможність та забезпечувати успішну роботу фітнес-бізнесу.

Працюючий фітнес центр чи клуб повинен залучати клієнтів різних верст населення та з різними ціновими категоріями, які включають гнучкі тарифні плани. Управління тарифними планами грає важливу роль у привертанні та утриманні клієнтів. Менеджера повинні вміло визначати ціну за послуги, пропонувати знижки для постійних клієнтів та розробляти гнучкі тарифні плани, які відповідають різним потребам клієнтів, бо розуміння цільового контингенту та спрямованість на його потреби є ключем до успішного бізнесу. Фітнес менеджмент повинен адаптувати програми тренувань, розклади та інші аспекти діяльності фітнес-центру під очікування своєї аудиторії.

Організацією робочого процесу фітнес центру керують менеджери для підвищення ефективності та зниження витрат. Використання спеціалізованих програм для управління клієнтською базою, обліку відвідувань та інші автоматизовані системи може полегшити роботу персоналу та поліпшити обслуговування клієнтів. У свою чергу використання інновацій у системі ведення фітнес бізнесу сприяє, поліпшує і робить ефективним розвиток цієї галузі.

Сучасний споживач цінує не лише фізичне здоров'я, але і психологічний та емоційний стан. Охочих позайматися та розвантажити себе після складного робочого дня, або навпаки, зарядити себе енергією перед початком дня дуже багато. Включення в програми тренувань елементів ментального здоров'я, таких як йога, медитація та релаксація, може

розширити аудиторію та підняти привабливість фітнес-центру.

Встановлення партнерських відносин із місцевими підприємствами, ресторанами, магазинами зі здоровою їжею тощо може стати вигідним для обох сторін. Такі партнерства можуть розширити послуги фітнес-центру та привернути нових клієнтів.

Менеджмент у фітнес індустрії повинен постійно реагувати на зміни в ринкових умовах, адаптувати стратегії та впроваджувати нововведення для забезпечення успішної діяльності. При цьому важливо враховувати специфіку галузі та потреби клієнтів. Впровадження технік управління стресом.

Сучасне життя пов'язане із значними рівнями стресу, і фітнес-центри можуть надавати клієнтам не лише фізичну, але і емоційну підтримку. Введення програм та тренувань, спрямованих на зниження стресу та поліпшення психічного здоров'я, може зробити фітнес-центр привабливим для широкого кола аудиторії.

Розвиток онлайн-платформ, які набувають все більшої популярності у сучасному світі. Можливість здійснювати віртуальні тренування, взаємодіяти з тренерами в онлайн-режимі та отримувати доступ до різноманітних програм дозволяє фітнес-центрам розширити свій вплив та привернути клієнтів з усього світу. Створення сприятливої атмосфери для участі в групових заняттях може стати ключем до утримання вже існуючих клієнтів. Можливість створення дружби та соціального взаємодії впливає на задоволеність клієнтів та збільшує ймовірність їхнього повернення.

Команда менеджерів повинна ефективно використовувати простір фітнес-центру. Розміщення обладнання, створення комфортних зон для відпочинку та розробка оптимального розкладу тренувань може позитивно вплинути на задоволеність клієнтів та забезпечити ефективне використання ресурсів.

З маркетингової точки зору повинна вдосконалювати рекламні стратегії та визначати ефективні канали для привертання нових клієнтів. Використання цифрових медіа, соціальних мереж, рекламних партнерств та інших інструментів може допомогти розширити аудиторію.

Постійний аналіз та оновлення програм тренувань дозволяє адаптувати їх до змін в потребах клієнтів та трендів в індустрії. Залучення професіоналів у галузі спорту та тренувань може покращити якість послуг та привернути нових клієнтів.

Загальний успіх фітнес-центру визначається не лише якістю тренувань, але і додатковими послугами, які задовольняють різні потреби клієнтів. Менеджмент та маркетинг повинен бути гнучким та відкритим до інновацій, щоб успішно конкурувати в сучасному ринковому середовищі [1].

Висновки і пропозиції. Менеджмент у фітнес індустрії є невід'ємною та ключовою складовою успішної діяльності фітнес-центрів та студій. Сучасна галузь фітнесу вимагає від керівників не лише високої ефективності у веденні бізнесу, але й гнучкості, відкритості до інновацій та постійного адаптивного підходу до змін в ринкових умовах. Високоякісне стратегічне планування, ефективне управління персоналом, використання сучасних технологій, розробка ефективних маркетингових стратегій та уважний аналіз конкуренції, усі ці аспекти визначають успішність фітнес-бізнесу.

Забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів, врахування їхніх потреб і очікувань, створення сприятливого середовища для тренувань та розвитку ефективних взаємодій зі спільнотою і це важливі елементи успішного менеджменту у цій галузі. Крім того, впровадження новітніх технологій, вдосконалення тренувальних програм та підвищення якості обладнання дозволяють фітнес-центрам залишатися актуальними та конкурентоспроможними.

Успішний менеджмент у фітнес індустрії – це не лише ключ до фінансового успіху, але й важливий фактор у підтримці здоров'я та активного способу життя серед населення. Тому впровадження сучасних підходів до управління та невпинне прагнення до вдосконалення допомагають фітнес-центрам і студіям залишатися в тренді та забезпечувати максимальну користь для своїх клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вавилов В. Фітнес менеджмент. Київ, 2017. 248 с.
2. Маляр Н. С. Оздоровчий фітнес: Методичні рекомендації. Тернопіль : ТНЕУ. Екон. думка, 2019. 41 с.
3. Мічуда Ю. П. Фітнес-індустрія в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку. *Науковий часопис. Серія 15 : Науково-педагогічні проблеми фізичної культури.* 2023. Вип. 2 (28)13. С. 77–81.

4. Мороз О. О., Чорнокоза Л. Е. Спортивно-оздоровча аеробіка і шейпінг: метод. вказівки. Чернівці. 2000. 31 с.
5. Олешко В. Г. Підготовка спортсменів у силових видах спорту: навч. посіб. Київ. ДІА. 2011. 444 с.
6. Середа І. О. Методичні рекомендації для організації та проведення самостійних занять із оздоровчої аеробіки : навч. посіб. Тернопіль, 2016. 55 с.
7. Толмачова С. Є., Кузьменко Н.В., Чеховська А.Ю. Фізичне виховання: Аеробіка : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2019. 151 с.
8. Тулайдан В. Г. Оздоровчий фітнес. Львів : Фест-Прінт, 2020. 139 с.
9. Усачов Ю. О., Пунда С. П., Білецька В. В. Фізичне виховання. Фітнес-технології силової спрямованості. Київ : НАУ, 2014. 56 с.
10. Khurtenko O., Tomich, L., Drahunov, D., Hancheva, K., Lytvyn-Zhmurko, T., & Radchuk, H. (2023). Neuroscientific View on Making Urgent Decisions, Responding to Unusual Situations in Sports and the Role of Emotions. BRAIN. *Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience,* vol. 14(1), pp. 370–386
11. J. M. Rhea, B. A. Aveyard. "The Women's Health Big Book of Exercises." Rodale Books, 2016. 432 p.
12. A. Shpak. Functional Training for Athletes at All Levels. Human Kinetics, 2018. 256 с.
13. E. Helms, A. Aragon, A. Fitschen. The Muscle and Strength Pyramids. Muscle and Strength Pyramids, LLC, 2019. 376 p.
14. T. R. Baechle, R. W. Earle. Essentials of Strength Training and Conditioning. Human Kinetics, 2008. 641 p.

REFERENCES:

1. Vavylov V. (2017) Fitnes menedzhment [Fitness management]. Kyiv, 248 p.
2. Maliar N. S. (2019) Ozdorovchyi fitnes: Metodychni rekomendatsii [Health fitness: Methodical recommendations]. Ternopil: TNEU. Ekon. dumka, 41 p.
3. Michuda Yu. P. (2013) Fitnes-industriia v Ukraini: problemy ta perspektyvy podalshoho rozvytku [Fitness industry in Ukraine: problems and prospects for further development]. *Naukovyi chasopys. Seriia 15 : Naukovo-pedahohichni problemy fizychnoi kultury*, vol. 2 (28)13, pp. 77–81.
4. Moroz O. O., (2000) Chornokoza L. E. Sportyvno-ozdorovcha aerobika i sheipinh: metod. vkazivky [Sports and health aerobics and shaping: method. instructions]. Chernivtsi, 31 p.
5. Oleshko V. H. (2011) Pidhotovka sportsmeniv u sylovykh vydakh sportu: navch. posib. [Training of athletes in strength sports]. Kyiv. DIA. 444 p.
6. Sereda I. O. (2016) Metodychni rekomendatsii dlia orhanizatsii ta provedennia samostiinykh zaniat iz ozdorovchoi aerobiky: navch. posib.[Methodical recommendations for organizing and conducting independent classes in health aerobics]. Ternopil, 55 p.
7. Tolmachova S. Ye., Kuzmenko N.V., Chekhovska A.Iu. (2019) Fizychne vykhovannia [Physical education: Aerobics]. Aerobika : navch. posib. Kyiv: KPI im. Ihoria Sikorskoho, 151 p.
8. Tulaidan V. H. (2020) Ozdorovchyi fitnes.[Health fitness]. Lviv : Fest-Print, 139 p.
9. Usachov Yu. O., Punda S. P., Biletska V. V. (2014) Fizychne vykhovannia. Fitnes-tekhnolohii sylovoi spriamovanosti. [Physical Education. Strength-oriented fitness technologies]. Kyiv: NAU, 56 p.
10. Khurtenko O., Tomich, L., Drahunov, D., Hancheva, K., Lytvyn-Zhmurko, T., & Radchuk, H. (2023). Neuroscientific View on Making Urgent Decisions, Responding to Unusual Situations in Sports and the Role of Emotions. BRAIN. *Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, vol. 14(1), pp. 370–386
11. J. M. Rhea, B. A. Aveyard. (2016). The Womens Health Big Book of Exercises. Rodale Books, 432 p.
12. A. Shpak. "Functional Training for Athletes at All Levels. (2018). Human Kinetics, 256 p.
13. E. Helms, A. Aragon, A. Fitschen. (2019). The Muscle and Strength Pyramids. Muscle and Strength Pyramids, LLC, 376 p.
14. T. R. Baechle, R. W. Earle. (2008) "Essentials of Strength Training and Conditioning." Human Kinetics, 641 p.