***«Маркетинговое исследование»***

Фитнес-клуб был создан в 2009 г. и, по предварительным оценкам, доля рынка составляет около 27 %. Основным конкурентом предприятия является тренажерный зал, расположенный в спортивно-оздоровительном комплексе (СОК). При этом конкурентным преимуществом фитнес-клуба является комплексность предоставляемых услуг, а именно: возможность занятий в тренажерном зале с силовыми тренажерами, кардиотренажерами (отсутствуют в СОК), а также возможность пользоваться дополнительными услугами (сауна, индивидуальные занятия с тренером).

***Цель исследования.***

Целью данного исследования является изучение параметров и тенденций спроса на услуги фитнес–центров в городе. Более конкретно — исследование должно помочь ответить на следующие*маркетинговые вопросы*:

* описание основных заведений, предлагающих подобные услуги в городе (реализуется методом наблюдения);
* исследование структуры предложения услуг (реализуется методом наблюдения);
* сегментация рынка;
* исследование частоты и суммы затрат на данные услуги потребителями;
* исследование уровня удовлетворенности существующим предложением на рынке;
* определение факторов выбора фитнес-клуба.

***Требования к выборке.***

Необходима выборка минимум в 300 потребителей – это люди в возрасте 12-45 лет, которые активно занимаются спортом и пользуются услугами фитнес-центров города, а также люди, которые могут быть потенциальными потребителями данных услуг.

***Время на исследование и критерии отбора интервьюера.***

Исследование должно быть завершено в срок не позднее 10 недель с момента начала. Предложения по проекту исследования будут оцениваться на соответствие следующим критериям:

1. Умения/опыт исследователей – 30 %.
2. Полнота реализации целей исследования – 25 %.
3. Техническая компетентность – 30 %.
4. Издержки реализации проекта – 15 %.

***Задание и решения:***

***1. Оцените предложенную анкету и внесите соответствующие корректировки.***

В результате было предложено проведение исследования методом наблюдения и опроса при помощи Интернета (местная сеть), а также опроса посетителей фитнес-клуба. Ниже приводится анкета для личного опроса и опроса в сети. Проанализируйте ее и внесите необходимые изменения.

| **Вопрос** | **Варианты ответов** |
| --- | --- |
| Являетесь ли Вы жителем города N? | • Да • Нет |
| Ваш возраст | • 12-18 лет • 18-25 лет • 25-30 лет • 30-40 лет • старше 40 лет |
| Считаете ли Вы, что в наше время из-за экологии, сидячего образа жизни, стрессов и напряжений очень важным является занятие спортом? | • Да • Нет |
| Сколько в среднем денег в месяц Вы тратите на спорт? | • Нисколько • 50-100 • 100-200 • 200-300 • 300-400 • 400-500 • Более 500 |
| Знаете ли Вы что-нибудь о деятельности фитнес–центров/тренажерных залов на территории города? | • Да • Нет |
| Если Вы ответили «Нет» на 5-й вопрос, пропускайте 6-й и переходите к 7-му, если – «Да», то отвечайте дальше на 6-й. | |
| Укажите основной источник информации для Вас, из которого Вы узнали о деятельности фитнес–центров/тренажерных залов на территории города: | • Реклама в газете, журнале • Реклама по телевидению • Друзья рассказывали • Сам(а) узнавал(а) |
| Посещаете ли Вы фитнес–центры/тренажерные залы в г. N? | • Да • Нет |
| Если Вы ответили «Нет» на 7-й вопрос, пропускайте 8-11 и переходите к 12-му, если – «Да», то отвечайте дальше на 8-й. | |
| Какой фитнес–центр/тренажерный зал Вы посещаете? | • A • B • C |
| Укажите основную причину выбора своего фитнес–центра/тренажерного зала | • Близко к дому • Дешево • Туда ходят мои друзья, не хочу заниматься с незнакомыми людьми • Он лучше из всех, что есть • Профессионализм тренера |
| С какой частотой Вы посещаете фитнес–центр/тренажерный зал? | • 1-2 раза в неделю • 3-4 раза в неделю • 5-6 раз в неделю • Каждый день • 1 раз в месяц |
| Укажите, сколько в среднем Вы тратите на услуги фитнес–центра/тренажерного зала в месяц | • 50-100 • 100-200 • 200-300 • 300-400 • 400-500 • 500-600 • 600-700 |
| Укажите основную причину, почему Вы не посещаете фитнес–центры/тренажерные залы | • Отсутствие денежных средств • Нехватка времени • У меня все нормально с фигурой и здоровьем • Я занимаюсь дома • Просто не хочу |
| Хотели бы Вы, чтобы в городе открылись новые фитнес–центры/тренажерные залы? | • Да • Нет • Мне все равно |
| Укажите Ваш пол | • М • Ж |
| Укажите Ваш род занятий | • Студент • Служащий • Безработный • Руководитель • Частный предприниматель |

* а) Вопрос *«укажите Ваш пол»* предлагаю перенести в начало анкеты, сделать его пунктом 2.
* б) Вопрос *«Ваш возраст?»* и последующие варианты ответов предлагаю сократить до *«Сколько полных лет Вам исполнилось?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_лет»*. Вообще это не принципиально, однако, на мой взгляд, так выглядит легче, менее громоздко.
* в) Вопрос *«Укажите Ваш род занятий»* также предлагаю перенести в начало анкеты, например, 4-м пунктом.
* г) Вопрос *«Считаете ли Вы, что в наше время из-за экологии, сидячего образа жизни, стрессов и напряжений очень важным является занятие спортом?»*, на мой взгляд, нет никакого смысла использовать в анкете. Почти все 300 респондентов ответят «да», но в зал придут только те, у кого есть сильная внутренняя мотивация к этому.
* д) Вопросы *«Сколько в среднем денег в месяц Вы тратите на спорт?»* и *«Укажите, сколько в среднем Вы тратите на услуги фитнес–центра/тренажерного зала в месяц»* несмотря на то, что по сути они разные, но в рамках данного маркетингового исследования несут дублирующую информационную нагрузку. Предлагаю оставить только второй вариант. При этом ценовые диапазоны сгруппировать покучнее и вместо 7 различных вариантов оставить максимум 4.
* е) Вопрос *«Знаете ли Вы что-нибудь о деятельности фитнес–центров/тренажерных залов на территории города?»*с вариантами ответов *«да»* и *«нет»* предлагаю убрать из анкеты, поскольку даже понимание того, что какой-то процент клиентов что-то о фитнес-индустрии знает не несет в себе никакой ценности. Аналогично предлагаю упразднить вопрос *«Укажите основной источник информации для Вас, из которого Вы узнали о деятельности фитнес–центров/тренажерных залов на территории города»*.
* ж) Вопросы №7, 8, 9, 10, 12 предлагаю оставить без изменений.
* з) Вопрос *«Хотели бы Вы, чтобы в городе открылись новые фитнес–центры/тренажерные залы?»* предлагаю упразднить.
* и) Предлагаю добавить следующий вопрос в анкету:

*При выборе фитнес-клуба / тренажерного зала, насколько для Вас важны следующие характеристики? Оцените по шкале от 1 до 10, где 10 – это очень важно, 1 совсем не важно:*

*— месторасположение  
— соответствие модным тенденциям (имеется в виду, что кому-то, к примеру, мне, достаточно стойки, скамьи и штанги с набором блинов, а кому-то нужен полный набор новомодных тренажеров)  
— цена  
— наличие дополнительных услуг (массаж, сауна…)  
— наличие услуги персонального тренера  
— наличие библиотеки по спортивной тематике  
— наличие детской площадки  
— игровой зал (настольный теннис, аэрохоккей…)  
— стиль и внешний вид  
— возможность посещать другие спортивные секции (йога, танцы…)  
— удобство парковки;  
— близость остановок общественного транспорта.  
— Wi-fi.*

***2. Оцените карточку наблюдения и внесите соответствующие корректировки.***

| **Вопрос** | **Варианты ответов** |
| --- | --- |
| Название | |
| Адрес | |
| Стоимость разового занятия | |
| Стоимость месячного абонемента | |
| Наличие раздевалки | • Есть • Нет • Есть общая для всех • Отдельная для мужчин и женщин |
| Наличие санузла | • Да • Нет |
| Наличие душевой | • Да • Нет |
| Доп. услуги (сауна, массаж, солярий и т.д.) | • Да • Нет |
| Возможность консультаций и занятий с тренером | • Да • Нет |
| Состояние оборудования | • Старое небезопасное • Удовлетворительное • Отличное |

Карточку наблюдения предлагаю дополнить следующими пунктами:

* + *а) Наличие станции метро, автобусной остановки в 5 минутах ходьбы от фитнес-клуба.*
  + *б) Какие объекты расположены в радиусе 250 метров (жилая застройка, деловой центр, объекты торгово-сервисной инфраструктуры и т.д.)*
  + *г) Интенсивность пешеходного потока перед входом в помещение.*
  + *д) субъективная оценка автопарка клиентов фитнес-центра конкурента.*
  + *е) Принимают ли в оплату услуг банковские карты. Если да, то каких платежных систем.*
  + *ж) Наличие программы лояльности.*
  + *з) наличие специальных условий взаимодействия с корпоративными клиентами*

***3. Какие вопросы можно было бы добавить в анкету (напишите вопросы или опишите их суть).***