

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 Маркетинг**

за магістерською програмою професійного спрямування
«Стратегічний маркетинг»

на тему: «Маркетинг підприємств побутових послуг м. Одеси »

Виконавець:

Студентка факультету ЦЗФН
Бороденко Тетяна Вікторівна

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор
Литовченко Ірина Львівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Розвиток сфери послуг зумовлений великою кількістю різних чинників. Це і поліпшення загального рівня життя населення і, як наслідок, появи коштів на оплату різних послуг; і нестача часу на самообслуговування; і звичайно ж зростання потреби у кваліфікованій професійній послугі. Найяскравішим представником сфери послуг є побутове обслуговування. Перше місце у виробництві і наданні побутових послуг займають підприємства, які надають перукарські послуги.

В порівнянні з іншими видами підприємницької діяльності привабливість сфери перукарських послуг дуже велика. Підприємці досить охоче відкривають перукарні навіть в найвіддаленіших мікрорайонах міста. Це обумовлено тим, що перукарні та косметичні послуги - найбільш рентабельні в сфері побутового обслуговування.

Представлена дипломна робота присвячена одному з найбільш актуальних питань при відкритті підприємства побутових послуг, а саме маркетингу місця розташування підприємства.

Мета дослідження Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних положень, методичних підходів та науково-прикладних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингу побутових послуг міста Одеси.

Відповідно до поставленої мети в дослідженні ставилися та вирішувалися наступні завдання:

- розглянути теоретичні аспекти та особливості маркетингу послуг.
- визначити специфіку маркетингової діяльності підприємств побутових послуг
- дослідити характеристику ринку побутових послуг в Україні
- проаналізувати сучасний стан ринку побутових послуг в сфері перукарства в м. Одеса
- провести територіальний аналіз ринку дитячих перукарських послуг м. Одеса
- провести маркетингові дослідження за допомогою анкетування відвідувачів дитячих перукарень, а саме батьків з дітьми
- розробити рекомендації стосовно маркетингу локації підприємства послуг з урахуванням специфіки ринку перукарських послуг м. Одеса
- надати маркетингове обґрунтування можливості відкриття підприємства перукарських послуг салону нового формату у Суворовському районі міста Одеса
- розробити проект з акцентом на маркетинговий план та розрахувати його вартість та економічну ефективність

Об'єкт дослідження Об'єктом дослідження є процеси управління маркетингом побутових послуг міста Одеси.

Предмет дослідження Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо управління маркетингом побутових послуг міста Одеси.

Методи дослідження Для вирішення поставлених у роботі задач була використана система методів наукового дослідження, а саме: аналіз і синтез (для обґрунтування теоретичних положень і практичних рекомендацій); історичний (при висвітленні особливостей сучасного стану ринку побутових послуг); економіко-математичний метод (при аналізі ефективності проекту), комплексний аналіз (при діагностиці маркетингового потенціалу), метод стратегічного планування SWOT-аналіз (для виявлення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства), аналітичні методи: порівняльний і економічний аналіз (при розрахунку ефективності проекту), графічний (для побудови графічних діаграм з відображенням динаміки завантаження підприємства на ринку побутових послуг), прогностичні методи, метод експертних оцінок (при дослідженні стану ринку).

Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій і програмного забезпечення.

Інформаційна база дослідження Джерелами інформації служили: базова навчальна література, фундаментальні теоретичні праці вчених, статті у спеціалізованих та періодичних виданнях, інтернет-ресурси з питань управління цінами в сфері послуг, електронні карти міста Одеси, довідкова література, інші актуальні джерела інформації.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (58 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 92 сторінок. Основний зміст викладено на 79 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 16 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти та особливості маркетингу послуг. Специфіка підприємств побутових послуг*» розглянуто сутність та аспекти особливостей маркетингу послуг, а також розглянута специфіка підприємств побутових послуг України.

У другому розділі «*Дослідження ринку салонів краси міста Одеси та поведінки споживачів*» проаналізовано сучасний стан ринку побутових послуг в сфері перукарства в м. Одеса, був проведений територіальний аналіз ринку дитячих перукарських послуг м. Одеса та виконано маркетингові дослідження за допомогою анкетування відвідувачів дитячих перукарень, а саме батьків з дітьми.

У третьому розділі «*Проект розвитку ринку побутових послуг міста Одеси*» запропоновано _проект підприємства дитячій перукарській салон «КапітошкО», проведено аналіз маркетингу місця розташування салону, розроблена маркетингова стратегія проекту, а також був виконаний фінансовий аналіз проекту підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Маркетинг послуг надає клієнту певні вигоди, виділяє цільовий ринок і займається просуванням послуг на цей ринок. Разом з тим вигоду від послуги визначити досить складно. Це може зробити тільки клієнт, який скористався тим чи іншим видом послуг. Головна мета маркетингу послуг полягає в тому, щоб допомогти клієнту оцінити послугу і зробити правильні висновки для себе.

Маркетинг послуг повинен надати клієнту потенційні вигоди, підкреслити якість послуги фірми, що надає послуги, виділити для неї цільовий ринок і створити стратегію просування на цей ринок.

2. Ведення бізнесу в сфері побутового обслуговування має свої, відмінні від інших сфер діяльності, особливості про які слід пам'ятати, керуючи сервісним підприємством, або створюючи нове. Велику увагу слід приділяти розміщенню підприємства побутового обслуговування та можливостям ефективної його реклами. Слід працювати над встановленням високих сервісних стандартів та високої якості обслуговування.

3. Відтак, ринок побутового обслуговування в Україні характеризується безумовним переважанням у його середовищі суб'єктів малого підприємництва. Це на загал відповідає характеристикам ринків послуг розвинених країн.

У побутовому обслуговуванні, як і в сфері послуг в цілому, для розвитку ринкових відносин склались сприятливіші умови, ніж в інших сферах суспільного виробництва.

На сьогодні в Україні діє величезна кількість перукарень і салонів краси. Очевидно, що надання такого виду послуг розвивається і розвиватиметься у напрямі надання найбільшої кількості послуг клієнтам, а також поліпшення їх якості.

4. Ринок послуг салонів краси, в 2016 -2019 роках істотно видозмінився. З'явився запит на монопослуги. Якщо раніше віддавали перевагу комплексному догляду, роблячи всі процедури в одному салоні, то зараз в тренді монопослуги. З новим трендом в індустрії краси утворюються і нові формати надання послуг, такі як салони для конкретної категорії людей. Наприклад, дитячі перукарні або барбершопи - перукарні виключно для чоловіків, в деякому роді чоловічі клуби. Сегмент ринку послуг дитячих перукарень міста Одеси має велику перспективу для відкриття нових дитячих салонів краси. Ринок не насичений послугою для дітей та мало конкурентів в цьому споживчому сегменті

5. Більшість перукарень, як дитячих так і дорослих знаходиться у Приморському районі міста. В ньому ж сама висока щільність населення (кількість мешканців на кв.км площі). Конкуренція серед перукарських салонів теж сама велика в Приморському районі.

В Малиновському ж районі, навпаки, при самому великому розмірі площі району, показник щільності населення (кількість мешканців на кв.км площі) найменша у місті Одеса.

Київський район та Суворовський район не дуже різняться один від одного по показнику щільності населення на своїх площах. Але ж мешканці Київського району більш зорієнтовані на роботу та проведення вільного часу у історичному центрі міста, оскільки з транспортним сполученням в Київському районі проблем немає.

Ми обрали місцем розташування нового дитячого перукарського салону Суворовський район (як дуже перспективний з точки зору демографії). Бульвар Кримський проходить повз великий торговельний центр «Сіті-Центр Котовський» и розміщується у самому територіальному центрі селища Котовського (Суворовський район м.Одеси).

6. Враховуючи всі результати проведеного автором дослідження - анкетування можна зробити висновок що потенційними споживачами послуг дитячого перукарського салону будуть молоді (від 20 до 30 років) батьки з дитиною хлопчиком дошкільного або шкільного віку, які раз у 1 або 2 місяці приводять дитину стригтися в зручне місце недалеко від дому або школи за прийнятною для них ціною менше 200 гривень за стрижку.

7 Результати аналізу маркетингового дослідження за допомогою анкетування відвідувачів дитячих перукарень, а саме батьків з дітьми, є обґрунтуванням проекту спеціалізованої дитячій перукарні: її знаходження, фінансового стану, показників економічної ефективності.

Перукарські послуги входять в перелік побутових послуг, найбільш затребуваних серед населення. Бізнес в даній сфері є одним з наймасовіших за кількістю задіяних суб'єктів малого підприємництва. Саме фактори ціни та міста знаходження наш салон буде використовувати як основні при виборі приміщення та розробки прейскуранта.

8 З огляду на те, що спеціалізованих перукарень для дітей в районі майже не представлено, розвиток даного напрямку в цьому районі є перспективним.

Дитячий перукарський салон «Капітошко» позиціонується як цікавий простір для всієї родини.

В якійсь мірі проблема збуту послуг може розглядатися як функція розташування підприємства. Салон-перукарня «Капітошко» розташований в спальному районі, де конкуренція практично відсутня, тому що всі салони з подібними послугами знаходяться в центрі міста.

9. Проект «Дитячий салон «Капітошко»» характеризується низьким рівнем стартових вкладень і відносною простотою організації. Однак з-за новизни формату присутні певні ризики з низької рентабельності бізнесу, пов'язані як з вузькою спеціалізацією, так і з іншими причинами.

10 Основні рекомендації стосуються маркетингу локації підприємства послуг з урахуванням специфіки ринку перукарських послуг м.Одеса. Надано проект з акцентом на маркетинговий план. Розраховано вартість проекту та його економічна ефективність.

АНОТАЦІЯ

Бороденко Т.В., «Маркетинг підприємств побутових послуг м. Одеси».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «075 Маркетинг» за магістерською програмою «Стратегічний маркетинг» - Одеський національний економічний університет. - м. Одеса, 2020 рік.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси управління маркетингом побутових послуг міста Одеси.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти та особливості маркетингу послуг. специфіка підприємств побутових послуг.

Проаналізовано сучасний стан ринку побутових послуг в сфері перукарства в місті Одеса. Запропоновано результати аналізу анкетування використати як обґрунтування проекту спеціалізованої дитячій перукарні: її знаходження, фінансового стану, показників економічної ефективності

Ключові слова: маркетинг, маркетинг послуг, підприємства побутових послуг, анкетування, дитяча перукарня.

ANNOTATION

Borodenko T.V., «_Marketing of household services in the city of Odessa»,
thesis for Master degree in specialty «_075 Marketing» under the program «_Strategy Marketing »,
Odessa National Economic University = Odessa, 2020

The Diploma is consists of three chapters. Objects of study are processes of marketing of household services in the city of Odessa .

Theoretical aspects and peculiarities of marketing services ,specialization of household services enterprises were considered in the diploma.

The current state of the market of household services in the field of hairdressing in the city of Odessa was analyzed .The results of the questionnaire analysis are proposed to be used as a justification for the project of specialized children's hairdressing: its location, financial condition, indicators of economic efficiency

Keywords: Marketing,marketing services,household services, questioning,__ children's hairdresser.