

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
Литовченко І.Л.
(підпис)
“19” 12 2017 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
Маркетинговий менеджмент
(назва магістерської програми)
на тему: «Формування конкурентних переваг підприємства послуг
студії танцю «INFLOW» на основі маркетингових досліджень»
(назва теми)

Виконавець:

студентка ФМЕ факультету

Коваленко Анна Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Оснач Ольга Федорівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПОСЛУГ	5
1.1. Маркетингові дослідження: сутність, етапи та види.....	5
1.2. Особливості маркетингових досліджень підприємств сфери послуг.....	17
1.3. Формування конкурентних переваг підприємства на основі маркетингових досліджень.....	24
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТАНЦЮВАЛЬНОЇ СТУДІЇ «INFLOW».....	34
2.1. Техніко-економічна характеристика діяльності студії «INFLOW»	34
2.2. Аналіз діяльності підприємства «INFLOW» та його головних конкурентів.....	42
2.3. Аналіз результатів опитування споживачів та персоналу студії «INFLOW».....	52
Висновки до розділу 2.....	59
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТУДІЇ ТАНЦЮ «INFLOW».....	60
3.1. Розробка заходів та програм, для формування конкурентних переваг танцювальної студії «INFLOW».....	60
3.2. Удосконалення використання соціальних мереж, як каналу комунікації.....	70
3.3. Створення проекту – «INFLOW INTENSIVE WEEKEND» на базі студії «INFLOW», як заходу в конкурентній боротьбі.....	76
Висновки до розділу 3.....	87
ВИСНОВКИ.....	88
Список використаних джерел.....	91
Додатки	96

ВСТУП

Актуальність теми. Основа успіху фірми полягає в продуманій стратегії розвитку, яка складається в безперервному спостереженні за новими тенденціями у відповідному сегменті ринку, швидкому і точному реагуванні на зміни ситуації на ринку, використанні самих останніх розробок і досягнень у сфері дизайну, технологій і управління. Багато компаній докладають багато зусиль та ідей для підвищення конкурентоздатності з метою заняття певного місця в рейтингу кращих компаній в певній галузі. Актуальність теми полягає у тому, що на ринку послуг, у тому числі й дозвілля існує чимала конкуренція і кожне підприємство повинно важко працювати аби бути успішним і прибутковим, що можливо завдяки застосуванню маркетингових принципів.

Мета дослідження. На основі всебічного аналізу діяльність підприємства, маркетингового макро- та мікросередовища, вподобань споживачів розробити та запропонувати у впровадження необхідні заходи, для її удосконалення та формування конкурентних переваг підприємства.

Задачі дослідження. Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

- визначення основних методів маркетингового дослідження діяльності організацій з надання послуг;
- з'ясування економічних та технічних характеристик підприємства;
- оцінювання та обґрунтування динаміки кількості клієнтів;
- аналіз маркетингової діяльності підприємства порівняно з конкурентами;
- проведення та обґрунтування маркетингового дослідження діяльності підприємства;
- запропонування заходів щодо вдосконалення діяльності та розвитку компанії;

Об'єкт дослідження – діяльність танцювальною студії «INFLOW».

Предмет дослідження – теоретико-методологічні аспекти маркетингового дослідження діяльності підприємства сфери послуг (а саме сфери дозвілля), та формування конкурентних переваг на базі цих досліджень.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у дипломній роботі використовувалися такі методи наукового дослідження: метод аналізу експертних оцінок, прикладне дослідження - SWOT-аналіз; спостереження, анкетування, застосування комп'ютерних програм (SPSS та Exsel) для аналізу та обробки інформації.

Інформаційна база дослідження. Інформаційну базу дослідження складають наукові публікації та монографії вітчизняних вчених, періодичні статті, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, інтернет – ресурси, дані звітності підприємств, організацій, установ.

Елементи наукової новизни – полягають запропонованому новому методі збору первинної інформації, що стосується аналізу рівня задоволеності споживачів наданими послугами та їх побажань, щодо покращення методів надання послуг. Наприклад, введення в процес надання послуги окрім споживача та персоналу третьої незацікавленої сторони, яка б могла увійти у довіру до споживача та дізнатися певні подробиці та вподобання споживача, щодо того, що йому подобається, а що ні у роботі фірми.

Окрім того пропонується у сфері послуг проводити маркетингові дослідження за-для аналізу діяльності підприємства та на їх основі розробки суттєвих конкурентних переваг підприємства, які б виокремлювали його серед безлічі однотипних.

Висновки до розділу 3

Оскільки рекламна діяльність підприємства здійснювалася не належним чином, студії було рекомендовано ввести нову посаду – маркетолога і було розрахована ефективність від прийняття цього рішення, згідно з якою рентабельність введення посади маркетолога студію «Inflow» дозволить збільшити прибуток на 13,15 грн. з кожної вкладеної гривні. Складена система балів та заохочень повинна мотивувати учнів до активного розвитку і росту, розроблений онлайн-розклад повинен полегшити учням відслідковувати свої заняття, а запропоновані до впровадження безкоштовні відео заняття допомогти студії сформувати базу даних споживачів.

Також номінація «кращий тренер року», та проведення тричі на рік майстер класів від тренерів студії повинні мотивувати тренерський персонал до активної роботи.

В свою чергу запропонований до реалізації захід нового формату - «INFLOW INTENSIVE WEEKEND», повинен значно підвищити імідж студії у порівнянні з її конкурентами, піднявши її діяльність на якісно новий рівень і принести студії значний прибуток.

ВИСНОВКИ

Згідно з Міжнародним кодексом ЄСОМАР маркетингові дослідження — це системне збирання і об'єктивний запис, класифікація, аналіз і узагальнення даних щодо поведінки, потреб, відносин, вражень, мотивацій і т.д. окремих осіб і організацій в контексті їхньої економічної, політичної, суспільної і побутової діяльності.

Згідно з цим обґрунтуванням маркетингових досліджень можна дійти висновку, що маркетингові дослідження є фундаментом для маркетингової діяльності, як такої. Тобто маркетингова діяльність здійснюється на основі саме поглиблених маркетингових досліджень, які покликані вирішувати достатньо різних завдань, а саме забезпечення підприємств надійною і достовірною інформацією про ринок, структуру і динаміку попиту, смаки і бажання споживачів, створення асортименту, що відповідає вимогам ринку і що задовольняє попит краще ніж товар конкурента.

Маркетинг у сфері послуг – це метод не тільки задоволення потреб, а й, передусім, виявлення можливостей збуту, включаючи вивчення різних потреб людей, аж до їх окремого задоволення. Головною метою маркетингу послуг є отримання прибутку через розробку та реалізацію комплексу заходів, спрямованих на встановлення і розвиток взаємовигідних відносин зі споживачами. Саме тісний контакт з клієнтами дозволяє ефективно реалізовувати заходи маркетингу та проводити господарську діяльність в цілому. Таким чином, можна стверджувати, що провідною концепцією маркетингової діяльності підприємства, що надає послуги є маркетинг відносин.

Після проведення маркетингового дослідження формується звіт, розробляються і впроваджуються рекомендації щодо покращення діяльності підприємства сфери послуг. Тобто результати, що рекомендовано до впровадження можуть виступати (або являти собою) конкурентні переваги діяльності підприємства у порівнянні із фірмами-конкурентами на ринку послуг.

Розгляд техніко-економічної структури підприємства показав, що у штаті студії відсутня одна з важливіших вакансій – маркетолог, тобто відсутня людина яка відповідає за рекламну діяльність у студії, натомість цю функцію наразі виконує директор студії.

Аналіз динаміки показників діяльності показує, що навіть за такою невеликою кількістю учнів у 153 чоловіка, студія отримує значний прибуток розмірі 40 тис. грн. у місяць. З аналізу сезонності було виокремлено піки сезонності та сам сезон найбільшої відвідуваності, який триває з травня до листопада.

Аналіз макро- та мікросередовища дозволив виокремити фактори, що значно впливають на діяльність студії, а вплив яких факторів можна нівелювати, також за допомогою SWOT-аналізу були виявлені сильна та слабкі сторони діяльності студії, а також можливості та загрози її розвитку.

За аналізом конкурентоздатності послуг (робіт) студії Inflow та її головних конкурентів можна зробити висновок, що судячи з многокутника конкурентоздатності, послуги студії Inflow, подекуди, є більш конкурентоздатними ніж у її головних конкурентів.

Після проведення маркетингового дослідження у вигляді опитування споживачів, тренерського складу та родичів учнів, було виявлено, що найбільше респондентів було у віковій категорії з 2-29 переважно жінки. Основні категорії, що найбільше подобаються респондентам це – атмосфера, що панує у студії, кваліфікований тренерський склад та можливість швидкого розвитку в танці. Крім того респондентами було запропоновано чимало доцільних та цікавих ідей щодо покращення організації робочого процесу та вдосконалення діяльності студії загалом.

У роботі було проаналізовано і виявлено, що рекламна діяльність підприємства здійснювалася не належним чином, тому студії було рекомендовано ввести нову посаду – маркетолога і було розрахована ефективність від прийняття цього рішення, згідно з якою рентабельність введення посади маркетолога студію «Inflow» дозволить збільшити прибуток

на 13,15 грн. з кожної вкладеної гривні. Складена система балів та заохочень повинна мотивувати учнів до активного розвитку і росту, розроблений онлайн-розклад повинен полегшити учням відслідковувати свої заняття, а запропоновані до впровадження безкоштовні відео заняття допомогти студії сформувати базу даних споживачів.

Також номінація «кращий тренер року», та проведення тричі на рік майстер класів від тренерів студії повинні мотивувати тренерський персонал до активної роботи.

В свою чергу запропонований до реалізації захід нового формату - «INFLOW INTENSIVE WEEKEND», повинен значно підвищити імідж студії у порівнянні з її конкурентами, піднявши її діяльність на якісно новий рівень. Принести студії значний прибуток при позитивному прогнозі і кількості відвідувачів не меншою за 800 чоловік у розмірі 106 730 грн. Чи принести збиток студії при негативному прогнозі і кількості відвідувачів меншою за 200 чоловік у розмірі 17 450 грн., що не стане причиною банкрутства студії, але може значно погіршити становище студії, у реальному ж ключі і кількості відвідувачів від 450 до 500 чоловік студія отримає прибуток у розмірі 44 420 грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
2. Павленко А. Ф., Войчак А. В. П 12 Маркетинг: Підручник. — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с.
3. Липчук В. В. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. - Львів: „Магнолія 2006”, 2012. - 456с.
4. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник / Під заг. Ред.. М 26 М. І. Белявцева та В. Н. Воробйова. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 407с.
5. Дриль О. І. «Маркетингові дослідження ринку» / О. І. Дриль // Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. – 2008.- № 633. - С. 215-223.
6. Голубков Е.П. Маркетингові дослідження: теорія, методологія і практика. – 2-е вид., перероб. и доп. – М.: Фінпрес, 2000. – 464 с/
7. Мозговий О. М. Товарна політика і планування товару в міжнародному маркетингу. - К.: КНЕУ, 1995.
8. Бутенко, Н. В. Маркетинг [Текст]: Підручник / Н.В. Бутенко. - К.: Атіка, 2006. - 300 с.
9. Григорчук Т. В. Нав. пос.: Маркетинг. Частина друга за ред. Куденко Н.В. - 2007 -[Електронний ресурс] / Дистанційний курс Т. Григорчука – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-2/1-sutnist-struktura-j-osnovni-napramki-marketingovih-doslidzen>
10. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
11. Третинний сектор економіки (Сфера послуг) - [Електронний ресурс] / Електронна бібліотека – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Третинний_сектор_економіки
12. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг : [навч. по- сіб.] / В.В. Апопій [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – 312 с.

13. Вачевський М. В., Скотний В. Г. Маркетинг у сферах послуг: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 41.
14. Парасюк О. О. Менеджмент // О.О. Парасюк; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012.- 86 с.
15. Ілляшенко, Н.С. Особливості маркетингових досліджень в сфері послуг [Текст] / Н.С. Ілляшенко // Опубл.: Publishing House «Education and Science» s.r.o., – 2014 – С. 10-12.
16. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
17. Коноплева Н. А. Сервісологія (людина і її потреби) – навч. пос. – М.: Флінта: МПСІ, 2008. – 248с.
18. Задоя В. О. «Формування конкурентних переваг підприємства з урахуванням зовнішнього і внутрішнього середовища», Зб. наук. пр. - В. Лазарян «Проблеми економіки транспорту»: / Дніпропетров. нац. ун-т залізничного трансп-у ім. акад. В. Лазаряна. – Дніпропетровськ, 2013, вип. 6.
19. Іванов Ю. Б., Іванова О. Ю. «Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби», Проблеми економіки № 4, 2012
20. Інтернет видання - «Коментарі». - [Електронний ресурс] / Новини України: Україна виходить в лідери світової танцювальної індустрії – Режим доступу: <http://ua.comments.ua/life/189187-ukraina-vihodit-v-lideri.html>
21. Сторінка студії Inflow у соц.мережі Instagram - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.instagram.com/in_flow/
22. Статистичний збірник. Держстат України: Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2015 року. Відп. за вип. Г. М. Тимошенко. Київ 2015.- 349 с.

- 23.Статистичний збірник. Держстат України: Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2016 року. Відп. за вип. Г. М. Тимошенко. Київ 2015.- 348 с.
- 24.Статистичний збірник. Держстат України: Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2017 року. Відп. за вип. Г. М. Тимошенко. Київ 2015.- 345 с.
- 25.Конвенція «Про права дитини» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_021
- 26.Закон України «Про молодіжні та дитячі громадські організації» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/281-14>
- 27.Наказ “Про затвердження Концепції національно – патріотичного виховання молоді“- [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://osvita.ua/legislation/other/5397/>
- 28.Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/334/94-%D0%B2%D1%80>
29. Закон України «Про пожежну безпеку» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3745-12>
- 30.Інтернет-сторінка підприємства «Аляска» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://alaska.ua>
- 31.Інтернет-сторінка підприємства «Life Fitness» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.lifefitnesshome.com.ua>
- 32.Інтернет-сторінка підприємства «Quickstep” [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.quickstep.od.ua>
- 33.Інтернет-сторінка підприємства «Мамбо» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://mambo.od.ua>
- 34.Еврейский Культурний Центр [Електронний ресурс] – «Beit Grand» Режим доступу: <http://www.beit-grand.odessa.ua/>

35. Національний танцювальний портал / [Електронний ресурс] Udance – Режим доступу: <http://www.udance.com.ua/>
36. Асоціація сучасного та естрадного танцю України / [Електронний ресурс] ВГО «АСЕТУ» – Режим доступу: <http://nadoest.com/asociaciya-suchasnogo-ta-estradnogo-tancyu-ukrayini>
37. Національний танцювальний портал [Електронний ресурс] The Challenge – Режим доступу: <http://the-challenge.com.ua/>
38. Сторінка студії танцю у соц. мережі Facebook / [Електронний ресурс] Velvet dance studio – Режим доступу: <https://www.facebook.com/pg/velvetyoungdancecentre/about/>
39. Веб-сторінка студії танцю / [Електронний ресурс] Selena dance studio – Режим доступу: <http://selena-dance.com/kontaktyi>
40. Веб-сторінка школи танцю / [Електронний ресурс] «Поезія руху» studio – Режим доступу: <http://prodance.com.ua/educators/>
41. Веб-сторінка школи балету / [Електронний ресурс] «Тодес» – Режим доступу: <http://todes.od.ua/styles/>
42. Веб-сторінка академії танцю / [Електронний ресурс] «Альянс» – Режим доступу: <http://www.lp.alliancedance.od.ua/>
43. Анкета / [Електронний ресурс] Допоможіть удосконалити та поліпшити діяльність танцювального простору «INFLOW» – Режим доступу: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd1FaqfASWsnyijHw4uj9hmcLM6NHh5pWUEjqsZeOJ5txq--w/closedform>
44. Сотіков Ю.М. Маркетингові дослідження з використанням пакету SPSS : навчальний посібник / Ю.М. Сотніков, Одеса : Атлант, 2016. – 145 с.
45. Webresearch / [Електронний ресурс] Статистична обробка даних, інтернет опитування і фокус-групи – Режим доступу: <http://www.datuapstrade.lv/rus/>
46. Сторінка студії танцю у соц. мережі Facebook / [Електронний ресурс] Inflow dance space – Режим доступу:

- <https://www.facebook.com/inflowdance/>
47. Дизайнер прикрас / [Електронний ресурс] Особистий блог – Режим доступу: <https://www.instagram.com/mess.nastya/>
 48. Legalmanager: Управління та менеджмен / [Електронний ресурс] – Оцінка економічної ефективності прийнятих рішень, - Режим доступу: <http://www.legalmanager.ru/lems-204-1.html>
 49. Канал студії INFLOW на ресурсі youtube / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/channel/UCZQJYHHcVa>
 50. Веб-сторінка танцювального центру / [Електронний ресурс] «Dance Centre MyWay» – Режим доступу: <https://mywaydance.com/>
 51. Спільнота інтернет підприємців в СНД / [Електронний ресурс] Genius Marketing – Режим доступу: <https://geniusmarketing.me/lab/7-prostyx-idej-lid-magnitov>
 52. Веб-сторінка студії танцю / [Електронний ресурс] «Cross Point» – Режим доступу: <https://instagram.com/p/Bc8ClaWFluw/>
 53. Веб-сторінка заходу / [Електронний ресурс] MonocleFest_vol.2» – Режим доступу: <http://prodance.com.ua/monoclefest/>
 54. Веб-сторінка Всеукраїнського фестивалю танців / [Електронний ресурс] Feel the beat – Режим доступу: <http://feelthebeat.com.ua/>