

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

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
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/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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.

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

Завдання дослідження:

- описати особливості діяльності та розвитку підприємства;
- дослідити специфіку роботи головних конкурентів фірми;
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства;
- запропонувати актуальні та нові вирішення виокремлених проблем;
- обґрунтувати запропоновані рекомендації, заходи та програми.

Об'єкт дослідження діяльність танцювальної студії «INFLOW».

Предмет дослідження аспекти маркетингового дослідження діяльності підприємства сфери послуг та формування конкурентних переваг на базі досліджень з урахування потреб та вподобань споживачів.

Методи дослідження метод експертних оцінок, анкетування, застосування програм (SPSS та Excel) для аналізу та обробки інформації.

Інформаційна база дослідження складається з наукових публікацій та монографій вітчизняних вчених, періодичних видань, звітів та аналітичного матеріалу відповідних державних органів, підприємств.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (54 найменування) та 7-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 107 сторінок. Основний зміст викладено на 86 сторінках. Робота містить 47 таблиць, 28 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Маркетингові дослідження діяльності підприємств на ринку послуг. Маркетинг послуг**» розглянуто сутність види та задачі маркетингових досліджень, методи збору первинної інформації, та особливості маркетингових досліджень на ринку послуг. Широко розкриті поняття послуга, сфера послуг, маркетинг послуг. Також розкриті поняття формування конкурентних переваг підприємства, наданий поетапний план їх формування та впровадження, а також їх особливості на ринку послуг, де існує значна конкуренція.

У другому розділі «**Маркетингові дослідження діяльності танцювальної студії «INFLOW»**» була представлено техніко-економічна характеристика підприємства «INFLOW», глибоко проаналізована діяльність студії танцю та її головних конкурентів, був проведений аналіз макро- та

макромаркетингової середи, складений SWOT-аналіз. Також проведений аналіз комплексу маркетингу та сезонності відвідувань студії за допомогою програми Excel. Представлені показники діяльності підприємства у динаміці з урахуванням сезонності та розрахован прогноз на наступні три роки 2018-2020 рр.

У третьому розділі «**Формування конкурентних переваг студії танцю «INFLOW»**» були запропоновані змістовні та економічно обґрунтовані ідеї та рекомендації щодо покращення діяльності фірми та формування конкурентних переваг, яких немає у конкурентів підприємства. Такими перевагами є система балів та заохочень для учнів студії, номінація «Кращий тренер року», для мотивації роботи тренерського складу, зйомка відео-уроків, для географічно віддалених потенційних споживачів. А найголовнішою конкурентною перевагою є організація та втілення у життя такого заходу нового формату, як - «INFLOW INTENSIVE WEEKEND», який представляє собою серію лекцій та майстер класів, як для тренерів і хореографів, так і для дітей та танцюристів усіх вікових категорій; крім цього це також фестиваль-конкурс з різних напрямків танцю.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Згідно розглянутими теоретичними аспектами 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. Не зважаючи на невеликий розмір підприємства воно отримує значний прибуток, що дозволяє підприємству покращити свою діяльність і впровадити запропоновані у роботі рекомендації без гострого ризику банкрутства.
2. 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.
3. За аналізом конкурентоздатності послуг (робіт) студії Inflow та її головних конкурентів можна зробити висновок, що судячи з многокутника конкурентоздатності, послуги студії Inflow, є більш конкурентоздатними ніж у її головних конкурентів.

4. 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.
5. Оскільки рекламна діяльність підприємства здійснювалася не належним чином, студії було рекомендовано ввести нову посаду – маркетолога, також було розрахована ефективність від прийнятого 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 запропонований до реалізації захід нового формату - «INFLOW INTENSIVE WEEKEND», який повинен значно підвищити імідж студії у порівнянні з її конкурентами.

АНОТАЦІЯ

Коваленко А. С. «Формування конкурентних переваг підприємства послуг студії танцю «INFLOW»_ на основі маркетингових досліджень»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності « 075 «Маркетинг »» за магістерською програмою
(шифр та назва спеціальності)

професійного за спрямування « Маркетинговий менеджмент ». –
(назва магістерської програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2017__.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингових досліджень та формування конкурентних переваг підприємства на їх основі, а також особливості діяльності підприємств сфери послуг.

Проаналізовано показники динаміки діяльності підприємства: відвідуваність студії, прибуток та дохід за 2015-2017рр., фактори впливу на діяльність студії макро- та мікрорекламної середовища, сезонність відвідувань та діяльність головних конкурентів студії.

Запропоновано ввести нову посаду – посаду маркетолога у студії, ввести майстер класи від тренерів. Складена система балів та заохочень для мотивації учнів, розроблений онлайн-розклад для учнів студії та запропоновані до провадження безкоштовні відео заняття. Також запропонований до реалізації захід нового формату - «INFLOW INTENSIVE WEEKEND», який представляє собою серію лекцій та майстер класів, як для тренерів і хореографів, так і для дітей та танцюристів усіх вікових категорій; крім цього це також фестиваль-конкурс з різних напрямків танцю.

Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, сфера послуг, конкурентні переваги.

ANNOTATION

Kovalenko A. S. «Formation of competitive advantages of the enterprise of services of the dance studio "INFLOW" on the basis of marketing researches»

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty
«_____marketing_____» under the master's program

(code and name of the specialty)

«_____marketing management_____». – Odessa National Economics University.

(title of master program)

– Odessa, 2017.

The work deals with the theoretical aspects of marketing research and the formation of competitive advantages of the enterprise on their basis, as well as the peculiarities of the activity of enterprises in the sphere of services.

Author analysis the indicators of enterprise activity dynamics are analyzed: attendance of the studio, profit and income for 2015-2017, factors influencing the activity of the studio of macro and micro-marketing, seasonality of visits and activities of the main competitors of the studio.

Keywords: marketing, marketing research, services, competitive advantage.