

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

Кафедра маркетингу  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
д.е.н., проф. **І.Л. Литовченко**

---

(підпис)  
“14” листопада 2019 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 075 Маркетинг  
(шифр та найменування спеціальності)  
за магістерською програмою професійного спрямування  
**Стратегічний маркетинг**  
(назва магістерської програми)

на тему: «**Управління комплексом маркетингу студії хореографії**  
**“Selena”»**  
(назва теми)

**Виконавець:**  
студент бзфЗм групи  
ЦЗФН  
Соболенко Ірина Олександрівна

---

/підпис/

**Науковий керівник:**  
к.е.н.  
(науковий ступінь, вчене звання)  
Рулінська Ольга Володимирівна

---

/підпис/

## АНОТАЦІЯ

**Соболенко І.О. «Управління комплексом маркетингу студії хореографії «Selena»».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «075 Маркетинг» за магістерською програмою професійного за спрямування «Стратегічний маркетинг».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглянуто загальні основи маркетингової діяльності підприємства; визначено теоретичні основи комплексу маркетингу підприємства, проаналізовано еволюційні підходи до управління комплексом маркетингу підприємства.

Проаналізовано комплекс маркетингу підприємства студії хореографії «Selena»; надано організаційно-економічну характеристику діяльності студії хореографії «Selena»; досліджено маркетингове середовище студії хореографії «Selena»

Надано пропозиції щодо покращення організації управління комплексом маркетингу студії хореографії «Selena»; запропоновано рекомендації з удосконалення складових комплексу маркетингу студії хореографії «Selena»; розроблено маркетинговий план та розраховано ефективність рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу студії хореографії «Selena»

**Ключові слова:** маркетинг, комплекс маркетингу, організація маркетингу, план маркетингу.

## ANNOTATION

**Sobolenko I. “Improvement of the marketing-mix of choreography studio“ Selena ”**

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty « 075 Marketing» under the master's program « Strategic Marketing».

Odessa National Economics University. – Odessa, 2018.

The work deals with the the general principles of marketing activity of the enterprise; theoretical foundations of the enterprise marketing-mix are determined, evolutionary approaches to management of the enterprise marketing-mix are analyzed.

The marketing-mix of the Selena choreography studio is analyzed; the organizational and economic characteristics of the activity of the Selena choreography studio are given; the marketing environment of the Selena choreography studio is investigated.

Suggestions were made to improve the management of the marketing-mix of the Selena choreography studio; recommendations for improving the components of the marketing-mix of the Selena choreography studio are offered; developed a marketing plan and calculated the effectiveness of recommendations for improving the marketing complex of the choreography studio "Selena"

**Keywords:** marketing, marketing-mix, marketing organization, marketing plan.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА</b> .....	6
1.1. Загальні основи маркетингової діяльності підприємства.....	6
1.2. Теоретичні основи комплексу маркетингу підприємства.....	15
1.3. Еволюційні підходи до управління комплексом маркетингу підприємства.....	23
Висновки до Розділу 1.....	35
<b>РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ СТУДІЇ ХОРЕОГРАФІЇ “SELENA”</b> .....	37
2.1. Організаційно-економічна характеристика студії хореографії «Selena».....	37
2.2. Дослідження маркетингового середовища танцювальної студії «Selena».....	47
2.3. Характеристика комплексу маркетингу студії хореографії «Selena».....	59
Висновки до Розділу 2.....	65
<b>РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГУ СТУДІЇ ХОРЕОГРАФІЇ «SELENA»</b> .....	67
3.1. Пропозиції щодо покращення організації управління комплексом маркетингу студії хореографії «Selena».....	67
3.2. Рекомендації з удосконалення складових комплексу маркетингу студії хореографії «Selena».....	77
3.3. Розробка маркетингового плану та розрахунок ефективності рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу студії хореографії «Selena».....	87
Висновки до Роділу 3.....	94
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	96
<b>Список використаних джерел</b> .....	99
<b>Додатки</b> .....	104

## ВСТУП

*Актуальність теми.* В сучасних умовах формування економіки, спостерігається стрімкий зріст конкуренції серед підприємств. Внаслідок такої ситуації виникла потреба в пошуку конкурентних переваг, все більш затребуваними стають розроблені теоретичні та практичні пропозиції щодо вирішення проблем, що склалися. Це все спричинило до широкого впровадження комплексу маркетингу, щодо його управління та застосування ним успішного підходу по виходу з будь-якої негативної ситуації.

На сьогоднішній день проблеми управління комплексом маркетингу висвітлено в працях відомих вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, зокрема: О. М. Азарян, Л. В. Балабанової, І. Х. Баширова, А. В. Войчака, О.В.Зозульова, М. Я. Матвіїва, А. Ф. Павленка, А. О. Старостіної, В.П.Щербань, Е. П. Голубкова, Г. А. Армстронга, В. А. Вонга, Ф. Котлера, та багатьох інших. Та все ж започаткований на початку другого століття комплекс маркетингу, залишається тим управлінським механізмом та базисом на основі якого формується уся система управління маркетингом.

Адаптація управління комплексом маркетингу залежить від попиту на продукцію, що склався на ринку, а тому перед підприємствами стоїть задача чіткого планування каналів збуту та оцінка їх ефективності, оскільки від тактики дій формується основна стратегія підприємства.

*Мета дослідження* дослідження комплексу маркетингу студії хореографії «Selena», дослідження споживачів студії хореографії, аналіз конкурентної позиції підприємства та надання пропозицій щодо вдосконалення комплексу маркетингу підприємства.

### *Завдання дослідження:*

- вивчити теоретичні основи маркетингової діяльності підприємств;
- розглянути теоретичні основи комплексу маркетингу підприємства;
- дослідити еволюційні підходи до управління комплексом маркетингу підприємства;

- проаналізувати комплекс маркетингу підприємства студії хореографії «Selena»
- надати організаційно-економічну характеристику діяльності студії хореографії «Selena»;
- дослідити маркетингове середовище студії хореографії «Selena» ;
- рекомендувати заходи з покращення організації управління комплексом маркетингу студії хореографії «Selena»
- запропонувати шляхи удосконалення складових комплексу маркетингу студії хореографії «Selena»;
- розробити маркетинговий план та розрахувати ефективність рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу студії хореографії «Selena»;

**Об'єкт дослідження** студія хореографії «Selena»

**Предмет дослідження** процес управління комплексом маркетингу підприємства на ринку послуг

**Методи дослідження** Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

**Інформаційна база дослідження** законодавчі і нормативні акти з питань діяльності підприємства, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків

## ВИСНОВКИ

Використання концепції маркетинг-міксу у маркетинговій діяльності підприємств дозволяє сформувати цільову комплексну програму, яка сприятиме реалізації системного підходу при здійсненні комплексного впливу на покупців і потенційних споживачів, а також при плануванні та управлінні цим процесом.

Через швидкі зміни ринкового середовища та споживчих цінностей покупців, а також відповідно до специфіки ринку послуг, розширений комплекс маркетингу «7P» поступово витісняє комплекс «4P», так як краще відповідає особливостям сфери 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 такої невеликої кількості учнів у 153 чоловіка, студія отримує значний прибуток у 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 конкурентоспроможності послуг (робіт) студії «Selen» та її головних конкурентів можна зробити висновок, що судячи з многокутника конкурентоздатності, послуги студії «Selen», подекуди, є більш конкурентоздатними ніж у її головних конкурентів.

Після проведення маркетингового дослідження було виявлено, що 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.

В роботі розглянуто основні шляхи удосконалення процесу управління комплексом маркетингу студії хореографії «Selen». В рамках заходів з покращення організації маркетингу на підприємстві запропоновано створення відділу маркетингу. Нами запропоновано відділ, який складатиметься з двох працівників – начальника відділу маркетингу, який виконуватиме всі аналітичні, організаційні та управлінські функції, саме в його компетенції буде знаходитись управління комплексом маркетингу студії, та інтернет маркетолога, який повинен буде розвивати бренд студії за допомогою сайту, соціальних мереж, месенджерів, пошукових систем, тощо без допомоги сторонніх організацій. Витрати на організацію відділу маркетингу дорівнюють 231160 грн. на рік. Також запропоновано систему заходів, наравлених на підвищення кваліфікації тренерів студії. Система мотивації представлятиме оплата половину вартості від обраного викладачем тренінгу, якщо тренінг коштує до 5000 грн., якщо тренінг коштуватиме більш 5000 грн, студія буде сплачувати третину. Запланована сума витрат на цей захід -27000 грн. на рік.

За допомогою екпертного методу було визначено, що ці заходи принесуть студії танцю «Selen» додатковий прибуток в розмірі 86640 грн. на рік.

Проведене маркетингове дослідження споживачів дозволило запропонувати наступні пропозиції для удосконалення комплексу маркетингу студії:

— Раз на 2 місяці запрошувати відео-оператора для зйомок відеороликів та рекламування студії у соц. мережах.

- Тричі на рік проводити 2 дні відкритих дверей з безкоштовними заняттями для дітей та дорослих по всім стилям, що представлені і студії.
- Впровадити систему балів та заохочень для учнів студії.
- Впровадити номінацію «Кращий тренер року», для мотивації роботи тренерського складу.
- Організація та проведення оплачуваних майстер-класів від тренерів студії «Selena».

В роботі також був розроблений маркетинговий план на 2020 р., за допомогою якого виділено основні цілі студії, визначено основні заходи щодо їх досягнення та систематизовано основні види робіт за строками та відповідальними. Також розраховано ефективність всіх запропонованих заходів, мінімальний рівень якої знаходиться на рівні 169,67 %



### Список використаних джерел

1. 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>
2. Сторінка студії «Selena» у соц.мережі Instagram - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.instagram.com/in\\_flow/](https://www.instagram.com/in_flow/)
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. Конвенція «Про права дитини» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_021](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_021)
7. Закон України «Про молодіжні та дитячі громадські організації» - [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/281-14>
8. Наказ “Про затвердження Концепції національно – патріотичного виховання молоді“- [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://osvita.ua/legislation/other/5397/>
9. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» - [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/334/94-%D0%B2%D1%80>
10. Закон України «Про пожежну безпеку» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3745-12>
11. Національний танцювальний портал / [Електронний ресурс] Udance – Режим доступу: <http://www.udance.com.ua/>

12. Асоціація сучасного та естрадного танцю України / [Електронний ресурс] ВГО «АСЕТУ» – Режим доступу:  
<http://nadoest.com/asociaciya-suchasnogo-ta-estradnogo-tancyu-ukrayini>
13. Сторінка студії хореографії у соц. мережі Facebook / [Електронний ресурс] Velvet dance studio – Режим доступу:  
<https://www.facebook.com/pg/velvetyoungdancecentre/about/>
14. Веб-сторінка студії хореографії / [Електронний ресурс] Selena dance studio – Режим доступу: <http://selena-dance.com/kontaktyi>
15. Веб-сторінка школи танцю / [Електронний ресурс] « Поезія руху» studio – Режим доступу: <http://prodance.com.ua/educators/>
16. Веб-сторінка школи балету / [Електронний ресурс] «Тодес» – Режим доступу: <http://todes.od.ua/styles/>
17. Веб-сторінка академії танцю / [Електронний ресурс] «Альянс» – Режим доступу: <http://www.lp.alliencedance.od.ua/>
18. Анкета / [Електронний ресурс] Допоможіть удосконалити та поліпшити діяльність танцювального простору «Selena» – Режим доступу:  
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd1FaqfASWsnijHw4uj9hmcLM6NHh5pWUEjqsZeOJ5txq--w/closedform>
19. Сторінка студії хореографії у соц. мережі Facebook / [Електронний ресурс] «Selena» dance space – Режим доступу:  
<https://www.facebook.com/»Selena»dance/>
20. Дизайнер прикрас / [Електронний ресурс] Особистий блог – Режим доступу: <https://www.instagram.com/mess.nastya/>
21. Валевський Н.В. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики. Навчальний посібник/ Н.В. Валевський, О.М. Валевський, В.Г. Скотний.- К.: Центр навчальної літератури , 2004.- 256 с.
22. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности: маркетинг/ Власова В.М.- М.: Финансы и статистика, 1999.- 233 с.
23. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник/ Войчак А.В. – К.: КНЕУ, 1998.- 114 с.

24. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / Гаркавенко С.С.-Київ: Лібра, 2002.-712 с.
25. Гандзюк М. П. Желибо Є. П. Основи охорони праці / [ М. П. Гандзюк, Є. П. Желибо, М.О. Халімовський] – К.: „Каравела”, 2004р.
26. Герасименко В.Г. Маркетинг: теорія і практика. Навчальний посібник/ Герасименко В.Г.– К.: Вища школа, 1994.- 327 с.
27. Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: Навч. Посібник/ Гоголь Г.П. - Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2004.-148с.
28. Головка Т.В. Стратегічний аналіз : Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Т.В.Головка, С.В. Сагова, за ред. д-ра економ. наук, проф.. М.В. Кужельного.-К.: КНЕУ, 2002.-198с.
29. Глинська Н. Ю. Формування комплексу маркетингу міста [Текст]: наукове видання / Н. Ю. Глинська // Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. №623. Логістика: Збірник наукових праць. – Львів: Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2008. с 52-60.
30. Дайковський Ю.А. Маркетингові прийоми: Навчальний посібник/ Дайковській Ю.А. - К.: «А.С.К.», 1999.- 342 с.
31. Жедицький В. В. Основи охорони праці/ Жедицький В. В. - Львів „Афіша”, 2001.- 258 с.
32. Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник/ Л.П. Коваленко, О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук - Київ: Центр навчальної літератури, 2005.- 264 с.
33. Ламбен Ж-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с фр/ Ламбен Ж-Ж. СПб.: Наука, 1996.- Т15 – 106 с.
34. Петренко В.Р. Інформаційні системи і технології маркетингу. Лабораторний практикум: Навч. Посіб/ В.Р. Петренко, І. Г. Кротюк, О.П. Костенко– К.: „Видавничий дім „Професіонал”, 2008.- 464 с.

35. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз. Навчальний посібник.- 4-те видання, стереотипне/ Тарасенко Н.В. - Львів: «Новий світ - 2000», 2006.- 344с.
36. Голубков Е.П. О некоторых вопросах концепции маркетинга и его терминологии // Маркетинг в России и за рубежом.- 1999.- №6. – С. 8–14.
37. Гречков В.Ю. Еще раз про маркетинг-микс или не оставит ли наконец в покое концепцию 4Р? // Маркетинг в России и за рубежом.- 2004.- №3. – С. 121–130.
38. Пан Л. В., Абрамович О.К. Комплекс маркетингу та його роль в умовах комунікаційної ери маркетингу // Экономика Крыма. - 2008. - № 25. - С. 33-36.
39. Левіна М.О. Теоретичні основи комплексу маркетингу // Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2010\\_5/statti/Levina.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2010_5/statti/Levina.pdf)
40. Комплекс маркетинга // Свободная энциклопедия маркетинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>
41. Комплекс маркетинга // Тематический портал «Маркетинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketing.web-3.ru/komplexmarket/>
42. Johnson, E. Are goods and Services Different? An Exercise in marketing Theory: Unpublished Ph.D. dissertation. — Washington University, 1969.
43. Ілляшенко С.М. Маркетинг для магістрів: посібник / за заг. ред.. С.М. Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. - 928с.
44. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми: «Вид-во СумДУ», 2011. – 192с.

45. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. - 2-е рус. изд.; 9-е международное изд.. - СПб.: Питер Ком, 1999. - 896 с.