

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу,
економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Тетяна ПІМОНЕНКО

_____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг»
на тему: Формування маркетингової стратегії розвитку компанії на ринку послуг
(на прикладі Dance Centre Artes)

Здобувачки групи МК-01 Матвієнко Анна

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Анна Матвієнко

Керівник старший викладач, к.е.н., Євгенія ЗЯБІНА

Суми – 2024

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота складається з 76 сторінок, з 33 рисунків, 3 розділів, вступ та висновок, 14 таблиць та 25 використаних джерел.

Актуальність теми роботи: Формування ефективної маркетингової стратегії є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності та стійкого розвитку танцювальних студій на сучасному ринку послуг, особливо в умовах високої конкуренції

Мета: Дослідження та розробка маркетингової стратегії розвитку для Dance Centre Artes, що сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

Завдання роботи: Вивчити основні тенденції на ринку послуг танцювального бізнесу, проаналізувати специфіку ринку танцювальних послуг, провести характеристику та аналіз діяльності Dance Centre Artes, оцінити конкурентне середовище та маркетингову діяльність Dance Centre Artes, розробити рекомендації щодо вдосконалення маркетингової стратегії Dance Centre Artes.

Об'єкт дослідження: Dance Centre Artes як представник ринку танцювальних послуг.

Предмет дослідження: Процес формування та реалізації маркетингової стратегії розвитку Dance Centre Artes.

Методи дослідження: Аналіз літературних джерел, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз конкурентоспроможності.

Практична значущість дослідження полягає у розробці конкретних рекомендацій для Dance Centre Artes щодо вдосконалення маркетингової стратегії

Розділ 1 охоплює теоретичні основи формування маркетингової стратегії розвитку компанії на ринку послуг. Розглядаються сутність та значення маркетингової стратегії, а також специфіка ринку танцювальних послуг.

Розділ 2 присвячений характеристиці та аналізу об'єкта дослідження. Описується Dance Centre Artes та його послуги, проводиться аналіз конкурентного середовища, а також здійснюється маркетинговий аналіз компанії.

Розділ 3 пропонує шляхи та рекомендації щодо розвитку маркетингової стратегії Dance Centre Artes.

Ключові слова: маркетингова стратегія, танцювальні послуги, Dance Centre Artes, конкурентоспроможність, цільова аудиторія, ринковий аналіз, маркетингові заходи.

ANNOTATION

The thesis consists of 76 pages, 33 figures, 3 chapters, introduction and conclusion, 14 tables and 25 used sources.

Relevance of the work topic: The formation of an effective marketing strategy is a key factor for ensuring the competitiveness and sustainable development of dance studios in the modern service market, especially in conditions of high competition.

Purpose: Research and development of a marketing development strategy for Dance Center Artes, which will contribute to increasing its competitiveness and operational efficiency.

Job tasks: To study the main trends in the market of dance business services, to analyze the improvement of certain dance services, to conduct a characterization and analysis of the activities of Dance Center Artes, to evaluate the competitive environment and marketing activities of Dance Center Artes, to develop recommendations for the marketing strategy of Dance Center Artes.

Object of research: Dance Center Artes as a representative of the market of dance services.

Research subject: The process of formation and implementation of the marketing strategy for the development of Dance Center Artes.

Research methods: Analysis of literary sources, comparative analysis, SWOT analysis, PEST analysis, competitiveness analysis.

The practical significance of the study lies in the development of specific recommendations for Dance Center Artes regarding the improvement of the marketing strategy

Chapter 1 covers the theoretical foundations of the formation of a marketing strategy for the company's development in the service market. The essence and significance of the marketing strategy, as well as the specifics of the dance services market, are considered.

Chapter 2 is devoted to the characteristics and analysis of the research object. Describes Dance Center Artes and its services, analyzes the competitive environment, and conducts a marketing analysis of the company.

Chapter 3 offers ways and recommendations for developing the marketing strategy of Dance Center Artes.

Keywords: marketing strategy, dance services, Dance Center Artes, competitiveness, target audience, market analysis, marketing activities.

Зміст

Вступ.....	5
Розділ 1. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії розвитку компанії на ринку послуг:.....	7
1.1. Суть та значення маркетингової стратегії розвитку компанії	7
1.2. Специфіка ринку танцювальних послуг.....	13
Розділ 2. Характеристика та аналіз об'єкта дослідження	19
2.1. Характеристика Dance Centre Artes та її послуг.....	19
2.2. Аналіз конкурентного середовища Dance Centre Artes	33
2.3. Маркетинговий аналіз "Dance Centre Artes"	44
Розділ 3. Шляхи та рекомендації щодо розвитку маркетингової стратегії "Dance Centre Artes"	53
Висновок.....	67
Список використаних джерел	74

Вступ

У сучасному світі ринок послуг швидко розвивається та зазнає значних змін під впливом інноваційних технологій та глобалізації. Зокрема, індустрія танцювальних послуг демонструє значне зростання і потребує ефективних маркетингових стратегій для досягнення успіху та конкурентоспроможності. Dance Centre Artes є яскравим прикладом компанії, що активно функціонує на цьому ринку, надаючи широкий спектр танцювальних послуг для різних вікових категорій. Розробка маркетингової стратегії для такої компанії є надзвичайно важливою, оскільки дозволяє адаптуватися до змін ринку, залучати нових клієнтів та підтримувати лояльність існуючих.

Мета дослідження - даної дипломної роботи є розробка ефективної маркетингової стратегії розвитку компанії на ринку танцювальних послуг на прикладі Dance Centre Artes. Це передбачає детальний аналіз поточного стану компанії, виявлення основних конкурентів та ринкових трендів, а також розробку рекомендацій щодо покращення маркетингових заходів для підвищення конкурентоспроможності та розширення клієнтської бази.

Завдання дослідження :

- 1)Провести аналіз ринку танцювальних послуг та визначити його основні тенденції;
- 2)Оцінити поточний стан Dance Centre Artes та ідентифікувати її сильні та слабкі сторони;
- 3)Проаналізувати конкурентне середовище та виявити ключових конкурентів;
- 4)Визначити цільову аудиторію та її потреби;
- 5)Розробити маркетингові заходи для підвищення привабливості Dance Centre Artes;
- 6) Розробити стратегії просування та позиціонування Dance Centre Artes;

7) Сформулювати рекомендації щодо впровадження нових маркетингових стратегій.

Об'єкт і предмет дослідження - маркетингова діяльність Dance Centre Artes.

Предмет дослідження - процес формування маркетингової стратегії розвитку Dance Centre Artes на ринку танцювальних послуг.

Структура роботи:

Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У вступі обґрунтовується актуальність теми, формулюються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження.

Перший розділ присвячений теоретичним аспектам маркетингової стратегії та аналізу ринку танцювальних послуг.

Другий розділ містить аналіз поточного стану Dance Centre Artes та її конкурентного середовища.

Третій розділ пропонує конкретні маркетингові заходи та стратегії для розвитку Dance Centre Artes.

У висновках підводяться підсумки дослідження та формулюються рекомендації.

Таким чином, розробка ефективної маркетингової стратегії є ключовим фактором успіху для Dance Centre Artes на ринку танцювальних послуг. Завдяки глибокому аналізу ринку, конкурентного середовища та потреб цільової аудиторії, ця стратегія дозволить компанії не лише зберегти свої позиції, але й значно розширити клієнтську базу та підвищити рівень лояльності існуючих клієнтів.

Ключові слова: маркетингова стратегія, танцювальні послуги, Dance Centre Artes, конкурентоспроможність, цільова аудиторія, ринковий аналіз, маркетингові заходи.

Розділ 1. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії розвитку компанії на ринку послуг:

1.1. Суть та значення маркетингової стратегії розвитку компанії

Маркетингова стратегія є критично важливим елементом успішного бізнесу. Це детально розроблений план, який допомагає перетворити потенційних клієнтів на постійних та досягати як короткострокових, так і довгострокових цілей компанії. Вона охоплює всі аспекти маркетингової діяльності, від розуміння потреб споживачів до вибору ефективних каналів комунікації та розвитку конкурентних переваг.

Основна мета маркетингової стратегії - це глибоке розуміння проблем і потреб клієнтів, що дозволяє надавати їм відповідні рішення. Крім того, добре розроблена стратегія допомагає розумно розподіляти ресурси, що є ключовим для ефективного управління бізнесом. Послідовність у використанні різних маркетингових каналів також є важливою, оскільки це дозволяє підтримувати цілісність бренду та його впізнаваність.

Маркетингова стратегія дозволяє створювати контент, який резонує з цільовою аудиторією, що є важливим для залучення та утримання клієнтів. Рекламні кампанії, які базуються на ретельно зібраній інформації про споживачів, мають більше шансів бути успішними та ефективними. Це також допомагає створювати продукти, які виділяються серед конкурентів, що сприяє максимізації прибутку та ефективному використанню ресурсів.[2]

Для повного розуміння значення та суті маркетингової стратегії розвитку компанії важливо знати зацікавленість людей в сфері танцю. Для цього можна розглянути та проаналізувати динаміку зацікавленості через наявні дані інструменту Google Trends. Це допоможе зрозуміти тренди та сферу пошукових запитів. Розглянемо декілька статистик:

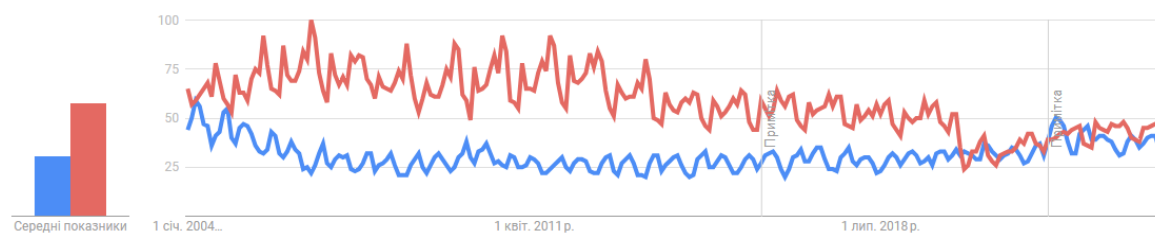


Рисунок 1.1 – Динаміка зацікавленості в пошуковій системі Google з 2004 року за ключовими словами «marketing strategy» та «dance studio»[16]

Статистика показує популярність пошукових термінів пов'язаних з періодом часу з початку 2004 року до червня 2024 року. Статистика містить такі ключові терміни: «marketing strategy» та «dance studio».

На початку графіка, тобто у 2004 році, два терміни приблизно співпадають за популярністю їх пошуку, пізніше термін «dance studio» починає значно переважати.

В 2007-2008 роках популярність пошуку цих термінів значно зменшується. Це пов'язано з фінансовою глобальною кризою. В 2007 році почалося падіння ринкової економіки, а досягло свого піку у вересні 2008 року. Ця криза дуже вплинула на падіння ринкової економіки. Через це, зацікавленість у пошуку та пізнання цих сфер особливо не було актуальним для тих часів. Люди звертали увагу і займалися економікою і виправленням такої кризи.

Помітно, що у 2015 році запит на пошук терміну «dance studio» значно знизився. Це пов'язано з тим, що у 2015-2016 роках світова економіка також переживала нестабільність. Це могло призвести до зменшення витрат людей на розваги, включаючи танці.

Різкий спад пошуку терміну «dance studio» можна побачити у період 2020 року. На початку цього року в світі з'являється вірус COVID-19, який значно вплинув на всі сфери життя, включаючи й танцювальну. З початком хвороби в світі був встановлений жорсткий режим карантину, локдауни та інші обмеження. Це також вплинуло на психологічні фактори людей.

Танцювальна сфера була обмежена в своєму розвитку, не маючи можливості проводити групові заняття та загалом тренування проводились в онлайн-форматі. Люди були змушені відмовитись від занять, тому популярність пошуку термінів, пов'язаних з сферою танців, значно спала. Проте, вже влітку 2020 року попит на пошук терміну «dance studio» поступово почав рости, навіть до сьогоднішніх днів. З поступовим скасуванням обмежень, люди почали повертатися до фізичних танцювальних студій, що знову збільшило попит на ці послуги.



Рисунок 1.2 – Розподіл пошукових запитів у світі [16]

Ця статистика показує популярність пошукових термінів за ключовими словами «marketing strategy» та «dance studio» прив'язуючись до країн по всьому світу. Перші місця у пошуку словосполучення «marketing strategy» посягають такі країни: 1 місце-Ефіопія, 2-Ботсвана, 3-Зімбабве. Проте, водночас з лідерськими місцями, ці країни займають останні ряди у пошуку терміну «dance studio». Лідерські місця у пошуку «dance studio» займають такі країни: 1-Польща, 2-Японія, 3-Сполучені Штати. Але так само вони посягають останні місця у пошуку терміну «marketing strategy».

Щодо України: запити на пошук «dance studio» в порівнянні з запитами на «marketing strategy» значно перевищують (28%-маркетингова стратегія, відповідно 72%-танцювальні студії). Канада: в цій країні статистика схожа на

Україну, так як Канада має 23% на пошук терміну маркетингової стратегії та 77% для пошуку танцювальних шкіл. Сполучені Штати не дуже відрізняється від Канади, тому що в цій країні лише 20% на пошук маркетингової стратегії і 80% для танцювальних студій. А ось Британія, відрізняючись від цих трьох країн, має таку статистику: 47% маркетингова стратегія і 53% танцювальні студії.

Британія, відрізняючись від цих трьох країн, має таку статистику: 47% маркетингова стратегія і 53% танцювальні студії.



Рисунок 1.3 – Статистика популярності пошуку терміну «marketing strategy» в різних частинах світу[16]

Тут зображена статистика популярності пошуку терміну «marketing strategy» в різних частинах світу. На цьому фото видно, що в Африці більшість країн не зацікавлена в пошуку терміну «dance studio», що пов'язано з прагненням цього континенту розширити свої знання з пошуком «marketing strategy» та підвищити конкурентоспроможність країн.

В країнах Сходу зацікавленість терміном «marketing strategy» не перевищує 5%. Це свідчить про те, що маркетингові стратегії не є пріоритетом для багатьох компаній в цьому регіоні, це через те, що в східних країнах спостерігаються різні економічні умови, рівень розвитку бізнесу та розвитку цієї сфери.

В країнах Європи зацікавленість терміном «marketing strategy» не перевищує 15%. Це вказує на те, що маркетингові стратегії залишаються важливою темою, але не є настільки домінуючою, як в деяких інших частинах світу.

Америка також не користується великою популярністю у пошуку маркетингової стратегії. Це пов'язано з розвиненою сферою танців, що цікавить більшість населення цього регіону. Всього лише 10% займає пошук за словосполученням «marketing strategy».

Інша частина статистики показує слова та терміни, які шукають разом з словосполученням «marketing strategy». До них входять такі пошукові запити як: «стратегія в соціальних мережах», «соціальні мережі», «маркетинг у соціальних мережах», «маркетингова стратегія Facebook», а також «маркетинг у Facebook». Це говорить про те, що сучасні маркетологи та підприємства приділяють особливу увагу маркетинговим стратегіям. Маркетингова стратегія в сучасному світі пов'язана з використанням соціальних мереж. Соціальні медіа стали не лише платформою для особистої комунікації, але й потужним інструментом для бізнесу та співпраці.

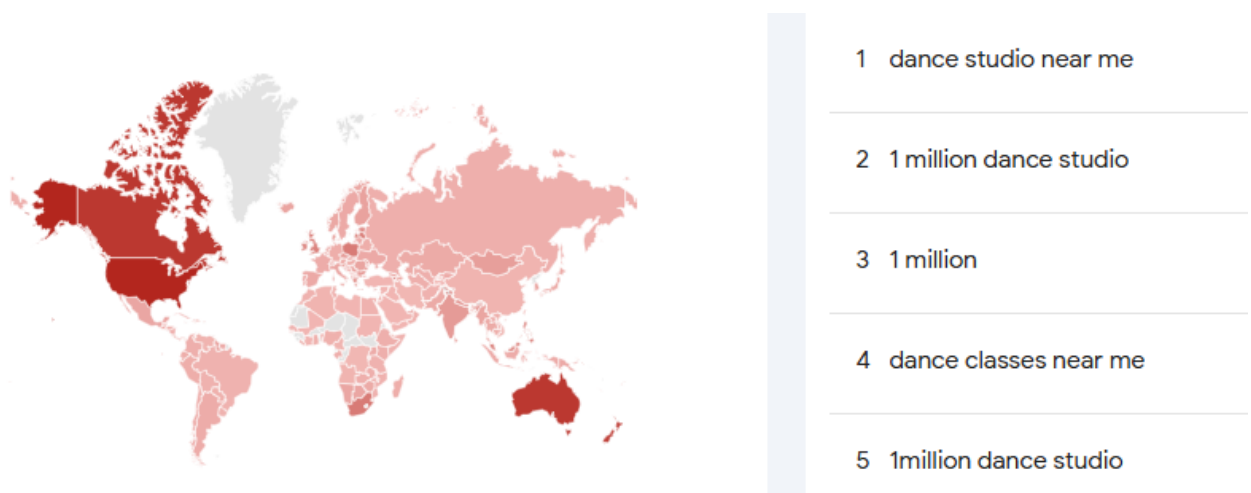


Рисунок 1.4 – Статистика популярності пошуку терміну «dance studio» в різних частинах світу[16]

Ця статистика задля показу популярності пошуку терміну «dance studio». Виходячи з вище описаної статистики та цього фото можна зробити висновок, що такі країни як Сполучені Штати, Канада, Нова Зеландія та Австралія користуються популярністю у пошуку танцювальних студій.

Щодо Сполучених Штатів: це країни, де танцювальна сфера розвинена найбільше. Зрозуміло, що запити на танцювальні студії будуть перевищувати запити на маркетингові стратегії та інші.

Також, Сполучені Штати та Канада саме ті країни, де високий рівень життя дозволяє витратити більше коштів на сферу танців, ніж в інших країнах. Також в цих регіонах широкий вибір стилю танцю, форми навчання та рівень професіоналізму чи підготовки, що пояснює статистику на запити терміну «dance studio».

В Австралії та Новій Зеландії сфера танцю є доволі поширеною. Також, це ті країни, де танцювальна індустрія набирає обороти. Як і в Австралії, у Новій Зеландії підтримка здорового способу життя є важливою. Танці є гарним варіантом фізичної активності, який поєднує вправи з розвагами. Через це, Австралія та Нова Зеландія-країни, де більш поширений запит на танцювальні студії, ніж на маркетингові стратегії.

Інша частина статистики показує слова та терміни, які шукають разом з словосполученням «dance studio». До них входять такі пошукові запити як: «dance studio near me» та «dance classes near me» і це є логічним бо це перше що будуть робити люди які захотіли займатися танцями, а також користувачі які з якихось причин переїхали в нове місто, країну або район і хочуть знайти танцювальні школи, студії або класи поблизу, далі йдуть запити пов'язані з танцювальною студією 1million a саме: «1million», «1million dance studio», і така цікавість до цієї студії теж є зрозумілою, так як вона працює з відомими брендами, артистами, там є постійні майстер класи, її місцезнаходження в південній Кореї.

Маркетингова стратегія є критично важливим елементом успішного бізнесу, оскільки вона дозволяє перетворювати потенційних клієнтів на

постійних та досягати як короткострокових, так і довгострокових цілей компанії. Це детально розроблений план, який охоплює всі аспекти маркетингової діяльності, включаючи розуміння потреб споживачів, вибір ефективних каналів комунікації та розвиток конкурентних переваг.

Аналіз динаміки зацікавленості через інструмент Google Trends показує, що популярність пошукових термінів, таких як "маркетингова стратегія" та "танцювальна студія", змінювалася під впливом економічних криз та пандемії COVID-19. Наприклад, у 2007-2008 роках популярність цих термінів знизилася через глобальну фінансову кризу, а у 2020 році - через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею обмеження. З часом, з послабленням обмежень, популярність танцювальних студій почала відновлюватися.

Статистика пошукових запитів також вказує на різну зацікавленість в цих термінах в різних країнах. Наприклад, в Україні, Канаді та США пошук терміну "танцювальна студія" значно перевищує пошук терміну "маркетингова стратегія", тоді як у Великобританії ці показники більш збалансовані. Це вказує на різні пріоритети та рівні розвитку ринку в цих країнах.

Таким чином, розробка ефективної маркетингової стратегії, що враховує потреби клієнтів та специфіку ринку, є необхідною умовою для успішного розвитку бізнесу, зокрема у сфері танцювальних послуг.

1.2. Специфіка ринку танцювальних послуг

Специфіка ринку - це сукупність унікальних характеристик, властивостей та умов, які відрізняють конкретний ринок від інших і визначають його структуру та функціонування.

Загалом, специфіка ринку визначає умови, в яких функціонують підприємства, та впливає на їхню стратегію, маркетинг і загальну ефективність діяльності. Розуміння цих характеристик дозволяє компаніям ефективно планувати свою діяльність, розробляти конкурентоспроможні стратегії та успішно задовольняти потреби споживачів.

Тому проаналізуємо маркетингові тренди для танцювальних студій у 2023 році:

- Реклама на Facebook та Instagram є одним із найефективніших способів швидкого розвитку танцювальної студії. Студія можете цілеспрямовано звертатися до батьків, які хочуть записати своїх дітей на заняття танцями. Ця форма реклами дозволяє розширяти аудиторію і залучити нових клієнтів, які, можливо, раніше не знали про студію.
- Сайт має бути оптимізований для конверсій, що означає, що відвідувачі повинні легко знайти можливість записатися на пробне заняття або залишити свої контактні дані. Використання ключових слів на сайті підвищить його рейтинг у результатах пошуку Google.
- Текстові повідомлення є дуже ефективним способом спілкування з потенційними та поточними учнями, оскільки вони мають високий рівень відкриття. Це чудовий метод зв'язку, який допоможе підтримувати контакт і надавати важливу інформацію.
- Автоматизація процесів, таких як відстеження потенційних клієнтів та реєстрація нових учнів, може значно зекономити час і підвищити ефективність конверсій. Використання автоматизованих систем допоможе перетворювати більше потенційних клієнтів на постійних учнів.
- Заохочення учнів залишати відгуки в Google. Позитивні відгуки покращать рейтинг у результатах пошуку і допоможуть залучити нових клієнтів.
- Також варто звернути увагу на інструмент Chat GPT, який можна використовувати для створення маркетингових текстів, таких як розсилки електронною поштою та реклама в соціальних мережах [17].

Таблиця 1.1 – Макротренди, що впливатимуть на танцювальні студії у 2024 році[18]

Макротренди, що впливатимуть на танцювальні студії у 2024 році	
1	2
Впровадження інновацій	Танцювальна індустрія постійно еволюціонує, тому критично важливо слідкувати за новими тенденціями та технологіями. Це дозволить залишатися конкурентоспроможними та пропонувати клієнтам передовий досвід. Впровадження сучасних технологічних

	рішень може сприяти підвищенню ефективності управління студією та покращенню якості навчання.
--	---

Продовження таблиці 1.1

1	2
Використання соціальних мереж та маркетинг впливових осіб	Співпраця з впливовими особами у галузі танців може розширити охоплення аудиторії та підвищити впізнаваність бренду. Впливові особи здатні створювати автентичний контент, який резонує з їхніми підписниками, що може позитивно вплинути на імідж студії.
Сприяння різноманіттю та інклюзивності	У 2024 році танцювальні студії повинні активно підтримувати атмосферу різноманіття та інклюзивності. Це включає створення умов, де всі учні, незалежно від віку, походження чи рівня досвіду, почувуються прийнятими і впевненими.
Орієнтація на досвід клієнтів	Це означає, що студії повинні прагнути до надання високоякісних послуг, які відповідають індивідуальним потребам клієнтів і перевищують їхні очікування. Орієнтація на клієнта включає уважне ставлення до їхніх побажань та забезпечення комфортного навчального середовища.
Пропонування різноманітних занять та програм	Для задоволення різноманітних потреб клієнтів, студії мають пропонувати широкий спектр занять. Це може включати уроки для різних за віком учнів. Такий підхід дозволяє студіям залучати різні сегменти ринку та підвищувати свою конкурентоспроможність.
Використання технологій для покращення бізнесу	Використання програмного забезпечення для управління студією, систем онлайн-реєстрації та маркетингових інструментів сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів і полегшує комунікацію з клієнтами.
Гнучкість та адаптивність	Оскільки танцювальна індустрія постійно змінюється, важливо бути гнучкими та адаптивними. Це означає готовність змінювати плани та програми відповідно до потреб ринку. Гнучкість дозволяє швидко реагувати на нові виклики та можливості, зберігаючи конкурентну перевагу.

Врахування макротрендів є важливим аспектом для успішного функціонування танцювальної студії у 2024 році. Впровадження нових технологій, активне використання соціальних мереж, підтримка різноманіття, орієнтація на клієнтів, пропонування різноманітних програм, а також гнучкість і адаптивність забезпечать студії конкурентоспроможність і сталий розвиток [18].

Так як в Сполучених Штатах танцювальна індустрія та загалом ця сфера є розвиненішою, ніж в Україні, розглянемо американську статистику:

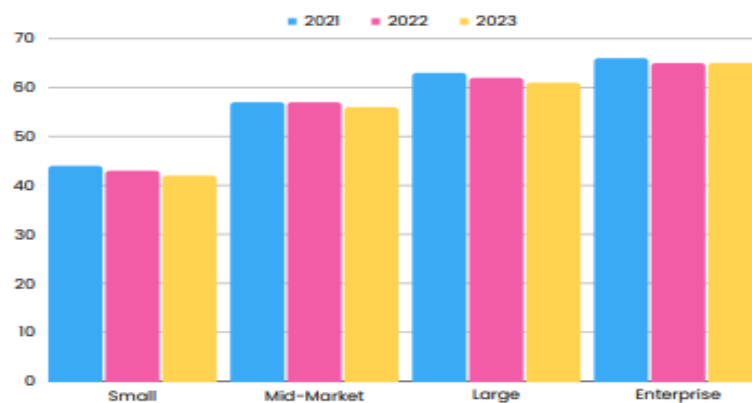


Рисунок 1.5 – Зростання клієнтів в порівнянні з минулим роком. Розроблено автором за джерелом[22]

Спираючись на наведені дані, можна помітити значне зменшення кількості відвідувачів. Це пов'язано з початком пандемії коронавірусу, яка спричинила різкий спад кількості клієнтів. Коронавірус привів до збільшення обмежувальних заходів, що спрямовані для запобігання поширення цього вірусу.

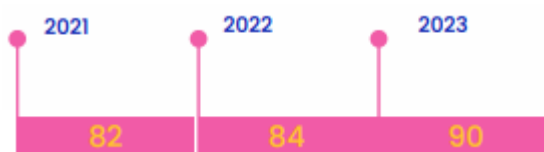


Рисунок 1.6 – Приблизна кількість занять на одного клієнта за рік. Розроблено автором за джерелом[22]

Кількість занять на одного клієнта з 2021 рік по 2023 рік незначно зросла. Це пов'язано з зміною потреб у клієнтів за час нового вірусу та проведеного карантину.



Рисунок 1.7 – Найпоширеніші дні та найпоширеніший час для занять.

Розроблено автором за джерелом[22]

Виходячи з цих даних: вівторок-найпоширеніший день для проведення занять, це може бути пов'язано з тим, що вівторок є днем, коли люди вже адаптувалися до робочого або ритму. 17:00-найпопулярніший час для занять. Це через те, що зазвичай у студентів та дітей, що займаються танцями, навчання закінчується приблизно в цей час.

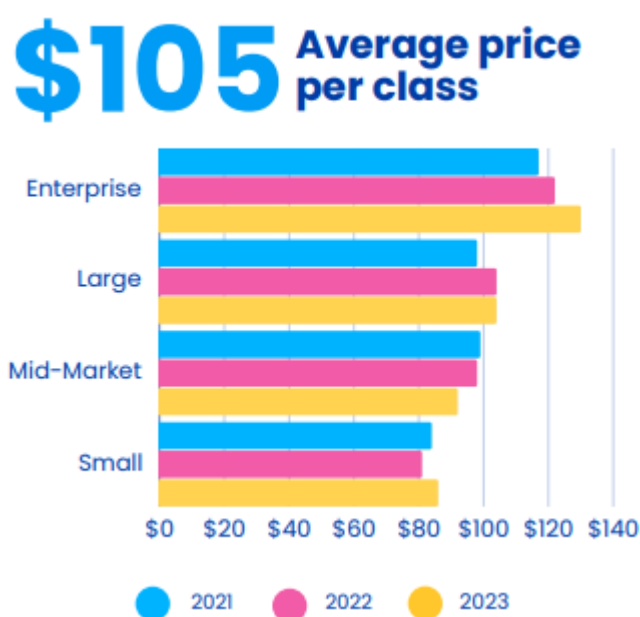


Рисунок 1.8 – Середня ціна за заняття на основі щомісячної оплати. Розроблено автором за джерелом[22]

Статистика показує, що найбільша ціна була в 2023 році. Знову таки, це рік коли заняття повністю були відновленні і кількість охочих значно підвищилась, так само, як і ціна.

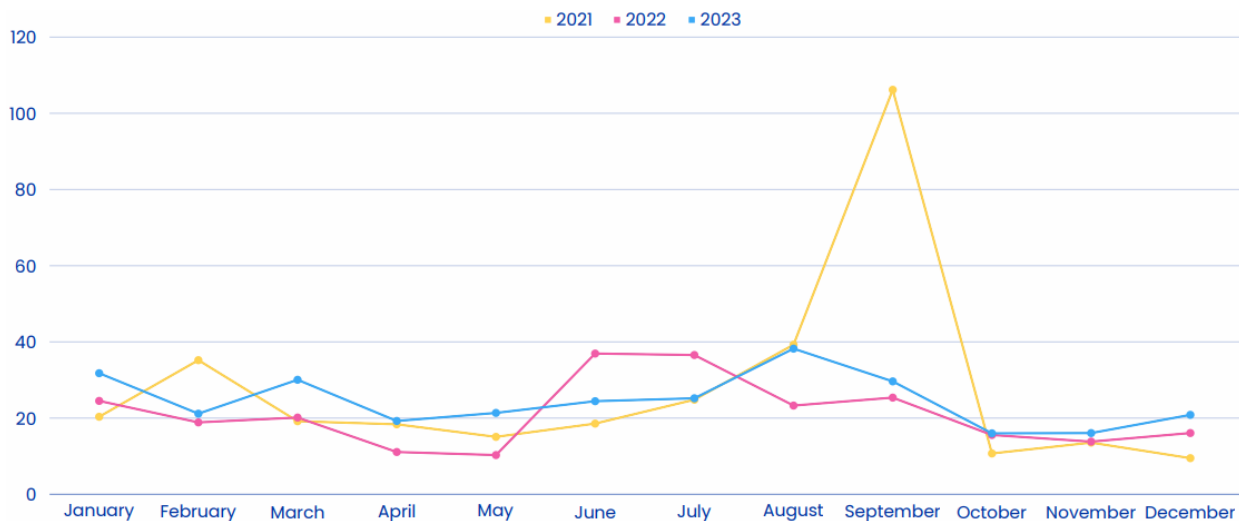


Рисунок 1.9 – Приблизна кількість щомісячних заходів. Розроблено автором за джерелом[22]

З діаграми робимо висновок: влітку, а особливо в вересні, кількість заходів помітно зростає. Більшість танцювальних шкіл починають свій навчальний рік саме з вересня, тому кількість заходів пов'язана саме з цим.

Ринок танцювальних послуг має свою специфіку, яка включає унікальні характеристики та умови функціонування. Для успішного розвитку на цьому ринку важливо враховувати маркетингові тренди, такі як реклама в соціальних мережах, оптимізація сайту, використання текстових повідомлень для комунікації та автоматизація процесів. Також варто звертати увагу на макротренди, такі як впровадження інновацій, співпраця з впливовими особами, підтримка різноманіття та інклюзивності, орієнтація на досвід клієнтів, пропонування різноманітних програм і використання технологій для покращення бізнесу [23-25].

Розділ 2. Характеристика та аналіз об'єкта дослідження

2.1. Характеристика Dance Centre Artes та її послуг

Dance Centre Artes- школа танців, що розташована в місті Суми, в торговому центрі Sumy Plaza. Школа була заснована в 2013 році і пропонує широкий спектри танцювальних класів для людей різного віку й рівня досвіду.

Стилі танцю, які пропонує Artes, включають в себе hip hop, contemporary та інші. Також школа підготовлює танцівників до виступів, змагань на конкурсах та пропонує літні табори для дітей. Dance Centre Artes має команду досвідчених та кваліфікованих інструкторів, які прагнуть допомогти своїм учням досягти своїх танцювальних цілей та розвинути свої здібності.

Керівник цієї танцювальної школи, а також людина, яка законно веде цей бізнес і отримує з нього прибуток-Восмерик Ірина Олександрівна (ЄДРПОУ: 2980107464).

Вперше Dance Centre Artes був відкритий в школі №29(вулиця Заливна 25). Для того щоб був розвиток в студії танцю Artes, керівник прийняв рішення про зняття окремого приміщення, пізніше відкрившись за іншою адресою, а саме Івана Сірка 19/1. Через деякий час кількість людей в танцювальній школі різко збільшилась і студія потребувала більш зручного місця знаходження, відкрившись одразу в двох місцях: Нижньовоскресенська 19 та Героїв Крут 60. Dance Centre Artes згодом викладав заняття не тільки з танцю, а і з акторської майстерності. Учні танцювальної школи мали змогу виступати на сцені театру, грати різні ролі та відчувати себе справжнім актором. В 2020 році Artes прийняв рішення покращити умови для занять й переїхав на нове місце, яке розташовується за адресою Михайла Лушпи 42/1. Через воєнний стан студія знаходиться лише за цією адресою. Багато учнів виїхало за кордон і це дало поштовх для Artes щоб ще більше розвиватися в своїй сфері діяльності й зацікавлювати нових людей своєю працею ц досягненнями.

На даний момент студія все ще знаходиться в цьому місці й продовжує викладати заняття різних стилів та приймати участь в змаганнях різного рівню.[12]

Розглянемо види господарської діяльності у колективі Dance Centre Artes. Відмінність закладу полягає у його широкому спектрі танцювальних заходів, які надають учням неперевершені можливості для зростання та успіху

1. Широкий спектр танцювальних заходів:

Dance Centre Artes пропонує різноманітні заходи, які включають у себе не лише навчальні заняття з різними віковими категоріями й стилями, але й різноманітні події, такі як конкурси, майстер класи, виступи та благодійні виступи, які роблять досвід навчання ще більш цікавим і насиченим.

2. Участь в конкурсах:

Учні мають можливість регулярно брати участь у різних конкурсах, як в місті Суми, так і в інших містах України, таких як Київ, Харків, Львів, Полтава та інші. Це надає їм можливість знайомитися з творчістю танцівників різного рівня й досвіду. Виїзд в інші міста, харчування та місце проживання повністю організовує Artes.

3. Систематизовані тренування:

Розклад тренувань повністю адаптований під вік учнів, що дозволяє займатись дітям у зручний для них час. Кожен новий танцівник має змогу пройти пробне тренування з висококваліфікованим тренером, після чого тренер обирає групу під рівень учня й оголошує час тренування. Пробне тренування абсолютно безкоштовне, а абонемент на місяць коштує 1000грн.

4. Майстер класи та інші тематичні події:

На майстер класи Artes запрошує танцівників професійного рівня й з великим досвідом. Вони дають та розширюють знання з різних стилів танцю. Такі майстер класи проводяться не лише для відвідувачів Artes, а й для учнів інших танцювальних шкіл. Така ініціатива сприяє розвитку танцю та підвищення професіоналізму в усьому місті.

Танцювальна школа Artes має величезну кількість послуг, які може надати, наприклад такі як навчання різних рухів, індивідуальні та групові заняття, виступи та конкурси, конкурси поза містом, аналіз виконання танцю та організація таборів. Тож, охарактеризуємо кожну послугу:

-Навчання танцювальним рухам - це основна послуга, яка надається в Dance Centre Artes. Вона включає в себе вивчення з тренером різних танцювальних рухів, навчання правильної техніки танцю та комбінацій у різних стилях танцю, таких як сучасний танець, hip hop, contemporary та інші. Це допомагає учням школи навчитись вільно рухатись в різних стилях.

-Індивідуальні та групові заняття Artes пропонує для того, щоб задовольнити потреби різних типів учнів. Індивідуальні заняття в школі танцю Artes створені для того, щоб надавати можливість учням покращити свій рівень танцю, вивчити ті рухи, які не вчать на групових заняттях та навчитись елементам, які може зробити конкретна людина. На групових заняттях учні мають змогу вивчати танцювальні постановки, що ставить професійний тренер. На таких заняттях зазвичай Artes підготовлює вихованців студії до виступів та подальших конкурсів, покращуючи техніку виконання групового танцю.

-Вихованці Artes мають змогу брати участь в різних конкурсах та виступах. Участь у виступах створена в студії для того, щоб учні практикували виступ на публіці та представляли свою команду різній глядацькій аудиторії. На конкурсах вихованці можуть змагатись з іншими танцівниками різних рівнів. Це дає можливість учням Artes брати для себе нову інформацію щодо рухів та виконання одного, чи іншого стилю танцю.

-Також Dance Centre Artes організовує виїзні конкурси. В Artes створена така можливість щоб відвідувачі студії дивились на рівень професіоналізму та поглиблювали свої знання в напрямку танців не тільки в межах свого міста, а й в інших містах та країнах. Для цього Artes розробляє план харчування дітей під час поїздки, спосіб переміщення, місце проживання та створює цілком комфортні умови для усієї поїздки.

-В Artes є можливість аналізу виконання танцю з професійним тренером після виступів чи конкурсів. Ця послуга в цій школі танцю створена в якості роботи над помилками, коли учні дивляться з тренером свій виступ на сцені та аналізують неправильність виконання конкретного руху, елементу або техніки.

-Студія танцю Artes організовує табори для своїх вихованців. Діти мають можливість створювати власну хореографію та постановки, після чого разом з тренером розширювати свої знання в різних стилях. Також під час табору учні Artes розважаються разом з тренерами, подорожують різними місцями, мають змогу зняти професійне танцювальне відео та просто відпочити з користю.

Визначимо основні показники товарної номенклатури

Аналіз товарної номенклатури танцювального колективу "Артес" (м. Суми, Україна)

1. Ширина товарної номенклатури:

Танцювальна студія Dance Centre Artes пропонує 10 видів танців:

Контемпорарі, хіп-хоп, модерн, вакінг, джаз-фанк, ліричний хіп-хоп, хаус, крампінг, брейк-данс, денсхол, вог.

Таблиця 2.1 – Глибина товарної номенклатури

Назва категорії	Характеристика
Початковий рівень	для дітей 5-7 років, для дорослих без досвіду
Середній рівень	для дітей 8-14 років, для дорослих із досвідом
Про рівень	для дітей 15 років і старше, для дорослих з досвідом, які прагнуть участі в конкурсах

3. Насиченість товарної номенклатури:

Для кожного рівня навчання школа "Артес" пропонує такі різновиди танців:

Початковий рівень: хіп хоп, брейкінг, контемп

Середній рівень: хіп-хоп, модерн, вакінг, джаз-фанк, ліричний хіп-хоп, крампінг, брейк-данс, денсхол.

Про рівень: всі стилі

На основі цих даних можна зробити висновок, що насиченість товарної номенклатури Dance Centre Artes на Pro та середньому рівні навчання є досить високою.

Однак на початковому рівні насиченість товарної номенклатури значно нижча.

4. Гармонійність товарної номенклатури:

Товарна номенклатура танцювального колективу Артес досить гармонійна . Вона охоплює різноманітні стилі танців для дітей та дорослих на різних рівнях підготовки .

Дослідимо зміни асортименту підприємства за три роки

Танцювальний колектив артес, це приклад успішного бізнесу який за останні роки а саме з 2021 по 2024, після початку повномасштабної війни, після того як напрацьоване роками було втрачено, зміг відновитись і продовжувати розвиток.[3]

Також асортименти продукту було змінено та розширено

2021 рік- танцювальний колектив був на піці були постійні заняття з класики, акторської, акробатики та хореографії.

2022 рік- початок війни, Артес починає відновлення основними напрямками були:

-стрітові стилі танців такі як хіп хоп, крамп, джаз фанк

-контемп, модерн

-акробатика

-вакінг, вог

У 2023 році до цього переліку додалися хаус, акторська майстерність, денсхол

У 2024 році асортимент був ще більше розширений:

-з'явилися групові та індивідуальні заняття з брейкінгу

-додали ще одного тренера з акробатики але для дорослих, тому з'явилась можливість займатися індивідуально.

Реклама - раніше студія використовувала як онлайн так і офлайн рекламу(банери, афіші по місту), але після початку коронавірусу, повністю почали робити акцент на онлайн рекламі вона включає в себе постійні запуски таргетованої реклами в соціальних мережах зокрема це Facebook та Instagram, де можна побачити професійні фото та відео з тренувань та виступів, анонси подій і тд.

Паблік рилейшнз (PR): "Dance Centre Artes" активно співпрацює з місцевими ЗМІ. Вони часто запрошують журналістів на свої події та виступи, що дозволяє студії отримувати безкоштовну пресу та підвищувати свою впізнаваність у громаді. Також вони підтримують благодійні заходи, організовують відкриті уроки та майстер-класи для різних вікових груп, що позитивно впливає на їхній імідж.

Як наприклад 29го травня 2023 року танцювальний колектив Artes став учасником благодійного фестивалю, де збирали кошти для ЗСУ.

Директ-маркетинг: для танцювальної студії "Dance Centre Artes" включає використання прямих каналів комунікації для залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з існуючими. Наприклад, студія використовує SMS-розсилку повідомлень у телеграмі, інстаграмі та вайбері, щоб інформувати клієнтів про нові курси, спеціальні пропозиції та майстер-класи. Листи містять персоналізовані привітання, інформацію про знижки та акції на абонементи, а також запрошення на безкоштовні пробні заняття, та заходи.

"Dance Centre Artes" надсилає повідомлення з нагадуванням про майбутні заняття та події. Це дозволяє підтримувати постійний контакт з клієнтами та нагадувати їм про важливі заходи.

Персональний продаж в "Dance Centre Artes" відбувається під час індивідуальних консультацій з потенційними клієнтами. Наприклад, коли новий клієнт заходить до студії для отримання інформації, адміністратори надають детальну консультацію, розповідаючи про всі наявні курси, переваги студії, кваліфікацію викладачів та умови занять. Під час таких консультацій

адміністратори можуть запропонувати індивідуальні заняття або варіанти групових з різними напрямками залежно від потреб клієнта.

Також персональний продаж включає індивідуальні зустрічі з батьками дітей, які відвідують студію. Педагоги проводять батьківські збори, де обговорюють успіхи учнів, пропонують додаткові заняття чи майстер-класи, розповідають про планові виступи та поїздки що є корисними для розвитку дітей.

Стимулювання збуту в "Dance Centre Artes" здійснюється через різноманітні акції та програми лояльності.

Одним з методів стимулювання збуту є проведення відкритих уроків та безкоштовних майстер-класів для новачків. Це дозволяє потенційним клієнтам спробувати заняття перед тим, як придбати абонемент.

Таким чином, "Dance Centre Artes" використовує стимулювання збуту для залучення нових клієнтів та підтримки інтересу існуючих. Ці всі інструменти допомагають студії залишатися конкурентоспроможною та розвиватися на ринку танцювальних послуг.

Пропаганда для танцювальної студії "Dance Centre Artes" включає участь у різних суспільно важливих заходах і благодійних акціях. Наприклад, студія активно підтримує місцеві благодійні організації, виступаючи на заходах, спрямованих на збір коштів для дитячих будинків та ЗСУ. Це не тільки допомагає суспільству, але й підвищує імідж студії в очах громадськості.

Також "Dance Centre Artes" регулярно бере участь у міських фестивалях і культурних заходах, де представляє свої танцювальні номери. Це сприяє популяризації студії серед широкої аудиторії та залученню нових учасників.

Програм лояльності, в студії не так багато але є спеціальні пропозиції для сімей. Якщо двоє або більше членів сім'ї займаються у студії, вони отримують сімейну знижку на загальну вартість занять.

Нетрадиційні інструменти просування включають використання сучасних технологій і креативних підходів. Наприклад, "Dance Centre Artes" активно використовує соціальні мережі для залучення нових клієнтів. У студії є власний YouTube-канал, де регулярно публікуються відео з уроків, виступів і

майстер-класів. Це дозволяє потенційним клієнтам ознайомитися з методикою навчання та рівнем викладання. [5]

Танцювальна школа "Dance Centre Artes" активно використовує соціальні мережі для просування своїх послуг та залучення нових клієнтів. Основні платформи, де представлена студія, це Instagram, Facebook.

Instagram є однією з основних платформ для "Dance Centre Artes". На сторінці студії регулярно публікуються фото та відео з уроків, виступів і майстер-класів. Це дозволяє потенційним клієнтам ознайомитися з атмосферою студії, рівнем підготовки викладачів та учнів. Крім того, в Instagram активно використовуються історії, де студія публікує актуальні новини, анонси подій, промо-ролики та залаштункові моменти. Сама Instagram сторінка є гарно оформлена, в шапці профілю є вся важлива інформація тобто адреса, посилання на телеграм та номери телефону адміністратора та керівника.



Рисунок 2.1 – Шапка профілю в Instagram[14]

Сам профіль ведеться якісно там публікують всю важливу інформацію про заняття, виступи, майстер класи, анонси подій, результати виступів. Всі фото та відео зроблені на професійну камеру, немає зайвого спаму.

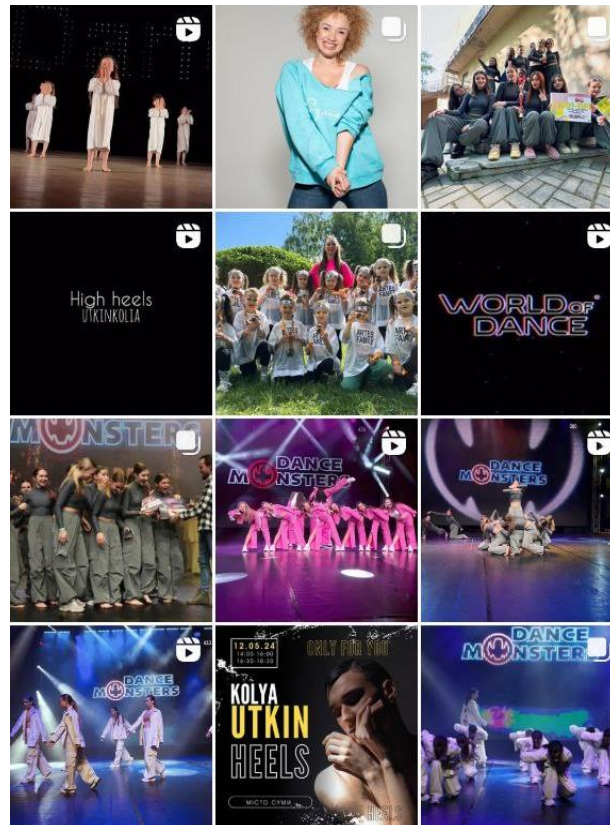


Рисунок 2.2 – Візуал профілю[14]

Актуальні також зроблені якісно та зрозуміло в підібраних кольорах основними з яких є рожевий та чорний, клієнт зможе не листати мільйон історій, а відразу знайти те, що треба.

Вони містять:

- Фото, відео з тренувань;
- Фото, відео конкурсні;
- Різні проекти;
- Перфоманси;
- Заходи які організовувала студія.



Рисунок 2.3 – Актуальні в Instagram[14]

Також на сторінці можна побачити афіши які робить професійний дизайнер на замовлення, дивлячись на які відразу виникає бажання записатись на цей захід.



Рисунок 2.4 – Приклад афіши в Instagram[14]

Facebook використовується для більш детальних публікацій, що включають оголошення про майбутні заходи, новини школи, статті про танцювальне мистецтво та успіхи учнів. Facebook також служить платформою для взаємодії з батьками та старшою аудиторією, які можуть ставити запитання та отримувати оперативні відповіді.

На сторінці регулярно публікуються новини про досягнення учнів та викладачів школи, такі як перемоги на конкурсах, участь у фестивалях та інших значущих подіях. Ці пости включають фото та відео з подій, що надає можливість підписникам бачити результати роботи студії та надихає інших на навчання.

Також у цих двох соціальних мережах найчастіше публікації дублюються.

Студія активно використовує можливості платної реклами на Facebook для таргетингу потенційних клієнтів. Рекламні кампанії налаштовуються таким чином, щоб досягти аудиторію, яка цікавиться танцями, фізичною активністю та культурними заходами. Це допомагає ефективно залучати нових учнів з різних вікових категорій та регіонів.

Загалом, використання Facebook дозволяє "Dance Centre Artes" ефективно комунікувати з аудиторією, просувати свої послуги та заходи, а також підтримувати позитивний імідж школи у танцювальній спільноті.

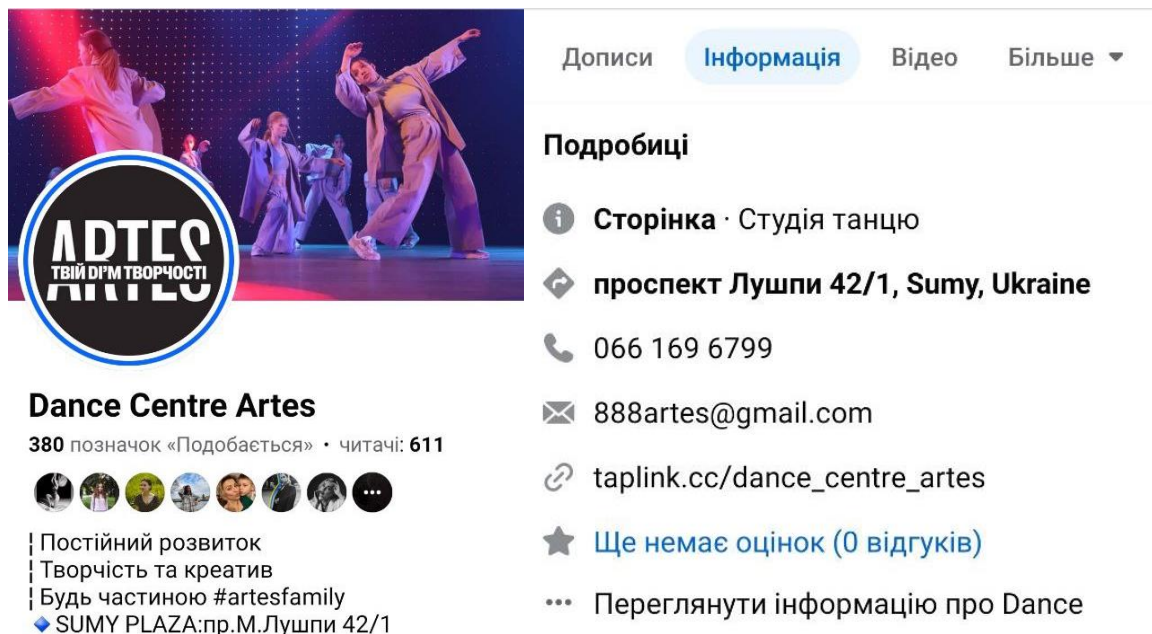


Рисунок 2.5 – Facebook "Dance Centre Artes"[21]

YouTube-канал "Dance Centre Artes" є важливою частиною їхньої маркетингової стратегії. На каналі регулярно публікуються:

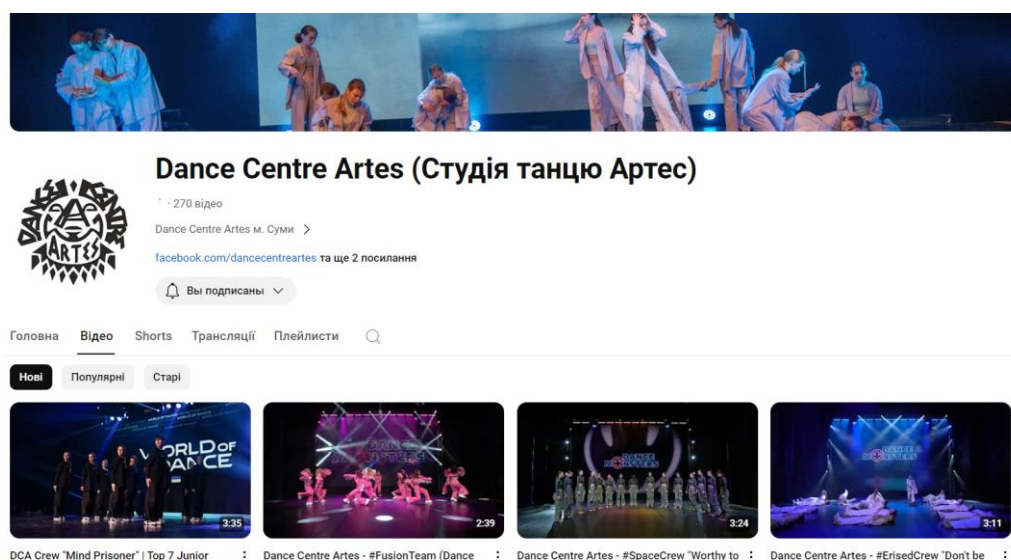


Рисунок 2.6 – YouTube "Dance Centre Artes"[13]

Виступи та шоукейси: Студія публікує відео з виступів своїх учнів на конкурсах, фестивалях та внутрішніх заходах. Це демонструє високий рівень підготовки учнів та їхні досягнення, що є важливим фактором для залучення нових клієнтів.

Майстер-класи: На каналі також є записи майстер-класів від відомих хореографів, які співпрацюють зі школою. Це додає авторитетності школі та привертає увагу танцюристів, які прагнуть навчатися у професіоналів.

Завдяки активній присутності у соціальних мережах та на YouTube, "Dance Centre Artes" має можливість підтримувати постійний зв'язок зі своєю аудиторією, залучати нових клієнтів та підвищувати свою популярність і авторитет у танцювальній спільноті. [10]

Artes прагне збільшити свою частку ринку, тому виставляє невисоку ціну на абонемент. Це привертає клієнтів та допомагає позиціювати школу танцю Artes як привабливу для широкого кола відвідувачів, що може збільшити популярність студії і вплив на ринку танця.

Dance Centre Artes часто організовує різні заходи та приймає в них участь, як в звичайних або тематичних, так і в благодійних. Ці заходи допомагають не лише підвищити впізнаваність Dance Centre Artes, а й сприяють розвитку колективу та залученню нових клієнтів.

-В місті Суми був проведений фестиваль на підтримку Збройних Сил України, в якому Artes взяв участь. Відвідувачів цього заходу розважала піснями, музикою, а Dance Centre Artes представив свої хореографічні постановки. На кожній локації фестивалю розташували скриньки, куди всі охочі могли задонатити на потреби захисників України. [9]



Рисунок 2.7 – Фестиваль на підтримку ЗСУ[9]

-Dance Centre Artes організував благодійний захід також для підтримки наших захисників. Захід полягав у тому, що жінки різного віку, які вносять донат від 300грн для Збройних Сил, мають змогу прокачати себе в різних напрямках, таких як акторська майстерність, б'юті-заходи, йога або фітнес, поради від дієтологів та психологів, благодійний бал, самозахист.



Рисунок 2.8 – Краса в тобі[14]

-Artes часто проводить майстер класи для людей різного віку, в яких може брати участь кожен. Dance Centre Artes разом з танцювальною школою CD Studio організували майстер клас для усіх танцівників міста Суми. Майстер клас проводили три професійних танцівника з міста Київ, а саме Тумур і Артеc Карпінські, а також Андрій Стельмашенко. Вони ділилися своїми знаннями та давали поради в напрямі імпровізації, а також вчили учасників авторській хореографії.



Рисунок 2.9 – Майстер клас [14]

-В цьому році Dance Centre Artes взяв участь в масштабному танцювальному конкурсі World Of Dance. Це професійні змагання між командами України, переможці мають змогу взяти участь в танцювальному конкурсі в Америкі. Найстарша команда Dance Centre Artes увійшла в TOP-7 команд України.



Рисунок 2.10 – World Of Dance[14]

-Влітку 2023 року Dance Centre Artes організував ART-пікнік. Відвідувачі цієї танцювальної школи мали змогу не тільки показати і розкрити своє танцювальні здібності, можливості або ж таланти, а також відпочити з учасниками своїх груп та хореографом на свіжому повітрі. В рамках заходу були проведені благодійні справи: завдяки проведеному ART-пікніку маленький котик

знайшов собі домівку та приємних хазяїнів, а також був збір коштів на допомогу тваринам, які постраждали внаслідок підриву Каховської ГЕС.



Рисунок 2.11 – ART-пікнік[14]

-В Dance Centre Artes для дітей до 18 років була проведена ART-терапія. ART-терапія це чудовий спосіб боротьби зі стресом. Завдяки ОЦПО та РТМ учасники студії мали змогу відвідати комплекс занять, де проявляли себе в іншій сфері та знайомились з сучасними практиками покращення свого морального стану.

2.2. Аналіз конкурентного середовища Dance Centre Artes

У динамічному спектрі ринкової економіки кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, що впливає на його діяльність. Аналіз і прогнозування цього середовища є ключовими елементами розробки стратегії підприємства. Тож, кожне підприємство бере участь в конкурентній боротьбі. В кожній сфері сформовані різні конкурентні середовища, через це підприємства змушені правильно оцінювати власних конкурентів та їх спосіб існування. Це забезпечує високий рівень підприємства в конкурентному середовищі цієї галузі.[1]

Танцювальна індустрія добре розвинена майже в усіх країнах світу, проте, можна виділити декілька країн з особливим рівнем та популярністю в танцювальній сфері. До таких країн відносяться:

-Франція, яка є батьківщиною класичного балету, з такими відомими установами, як Паризька опера та її школа балету.

-Індія, через те, що має високу популярність своїх традиційних танців, таких як бхаратанат'ям, катхак та одісі.

-Бразилія, що відома завдяки своєму танцю капоейра, що поєднує в собі танцювальну сферу та бойові мистецтва.

-Італія відома на весь світ в сфері танцювальної індустрії через наявну в ній відомі танцювальні академії, такі як Ла Скала в Мілані.

Також особливо виділити можна танцювальну індустрію в Сполучених Штатах Америки. Саме там знаходяться найпотужніші та найрозвиненіші школи танцю. США славляться своїм мультикультурним суспільством, яке сприяє розвитку різних танцювальних стилів, від балету до хіп-хопу. Також в США розвинена індустрія розваг, пов'язана з сферою танців.

Серед професійних та популярних танцювальних команд слід виділити: «Millennium Dance Complex», «Pineapple Dance Studio», «Peridance Capezio Center». Ці колективи славляться своїм рівнем професіоналізму та досвіду в цій сфері, а також представляють собою найпотужніших конкурентів в танцювальній індустрії світу. Розглянемо кожен колектив окремо:

-Millennium Dance Complex мають одних з найбільш професійних викладачів, зручне розташування та різноманітність стилів танцю. Вони знаходяться в самому центрі Лос-Анджелеса. Це дуже зручно для бажаючих відвідувати заняття, знаходячись влюбій точці міста. Millennium Dance Complex пропонує різноманіття класів для танцюристів на всіх рівнях: від початківців до професіоналів. Це дозволяє кожному знайти клас, який відповідає їхнім потребам та рівню навичок.[11]

-Pineapple Dance Studio також славляться різноманітними стилями в сфері танцю, а також вони мають різні програми й демократичну атмосферу. Ця студія

дає можливість клієнтам спробувати себе майже в усіх стилях танцю, починаючи з ліричного стилю contemporary, закінчуючи агресивним стилем krump.[20]

- Peridance Carezio Center вважається однією з найкращих танцювальних шкіл у світі з кількох причин, таких як різноманітність програми студії, високоякісне навчання та репетиція. Дійсно, Peridance Carezio Center має високу репутацію в танцювальній галузі і є впізнаною школою в усьому світі. Вона часто отримує визнання за свої досягнення в навчанні та виступах. Peridance пропонує різноманітні програми навчання, включаючи професійні підготовчі програми, майстер-класи, інтенсиви та воркшопи з відомими хореографами з усього світу.[19]

Тож з усього сказаного можна зробити висновок, що танцювальна культура стає все більш популярною по всьому світу, а з цим потужно зростає конкурентність в цій сфері.

Ринок танцювальних послуг у Сумах представлений значною кількістю шкіл та студій, які пропонують широкий спектр стилів та програм навчання. У цьому конкурентному середовищі студія прагне залучити та утримати учнів, пропонуючи їм найкращі умови та можливості.

Для оцінки конкурентоспроможності танцювальних шкіл у Сумах необхідно проаналізувати їх сильні та слабкі сторони, а також врахувати потреби та вподобання потенційних клієнтів. Цей аналіз допоможе визначити, які школи мають найбільші шанси на успіх у цій сфері.

В даному тексті ми розглянемо три танцювальні школи з міста Сум: Dance Centre Artes, CD Studio та Dance Family Jivchick. Ми проаналізуємо їх переваги та недоліки, а також проведемо кількісну оцінку їхньої конкурентоспроможності за допомогою таблиць та розрахунків.

На основі проведеного аналізу ми зробимо висновок про те, яка з цих трьох шкіл є найбільш конкурентоспроможною на ринку танцювальних послуг у Сумах.

В місті Суми конкурентоспроможність серед танцювальних шкіл є досить високою. У кожній студії танцю є свої переваги та недоліки. Розглянемо це на конкретних прикладах:

Таблиця 2.2 – Переваги та недоліки Dance Centre Artes

Переваги	Недоліки
викладання різних стилів танцю, що є важливим для розвитку танцювальних здібностей відвідувачів студії.	невелика зала, що іноді обмежує учнів в просторі для праці над певними танцювальними рухами.
розташований в житловому районі, недалеко від центру.	вища ціна за абонемент на місяць, порівнюючи з іншими танцювальними школами-1000грн.
зручні для користування та здобуття певної інформації соціальні мережі та наявний YouTube канал.	високі ціни на пошив сценічних костюмів для учнів, 2000-2500грн.
власний фотограф та відеограф, який створює якісний контент.	відсутність занять з класичного танцю, що є досить важливим для кожного танцівника.
висока вірогідність гарних результатів на конкурсах.	
можливість участі в конкурсах в різних містах України. наявні два зали для занять.	
наявні заняття з акробатики з тренером, що спеціалізується на цьому.	

Таблиця 2.3 – Переваги CD Studio та недоліки CD Studio

Переваги	Недоліки
1	2
CD Studio також має велику кількість стилів танцю, які викладають учням.	також відсутні заняття класичного танцю для учнів.
розташовується прямо в центрі, що є дуже зручним для відвідувачів.	часта участь у конкурсах, що впливає на ціну відвідування студії.[5]
також наявний YouTube канал та власний фотограф/відеограф.	основна зала для проведення заняття середнього розміру.
висока вірогідність переможних результатів, але в більшості в про групах.	великі ціни для шиття костюму, 2500-3000грн.
CD Studio також має можливість брати участь у конкурсах поза містом.	
має декілька залів для проведення занять.	
заняття з акробатики на професійному рівні.	



Рисунок 2.12 – Instagram CD Studio[7]

Таблиця 2.4 – Переваги Dance Family Jivchick та недоліки Dance Family Jivchick

Переваги	Недоліки
1	2
знаходиться в центрі міста, зручно для вихованців студії.	кількість стилів, на яких спеціалізується Dance Family Jivchick менша, ніж у інших студій.[6]
наявний YouTube канал та інші соціальні мережі.	відсутній власний фотограф + відеограф.
вірогідність гарних результатів на конкурсних виступах на середньому рівні.	в основній залі відсутні дзеркала, що є не зручним для танцівників.
декілька залів для занять.	
менша ціна на абонемент на місяць, порівняно з іншими студіями, 900грн.	
низькі ціни на пошив костюмів, доплата до абонементу +200грн.	
наявні заняття з класичного танцю.	
заняття з акробатики з тренером.	
участь у конкурсах поза містом та в інших країнах.	

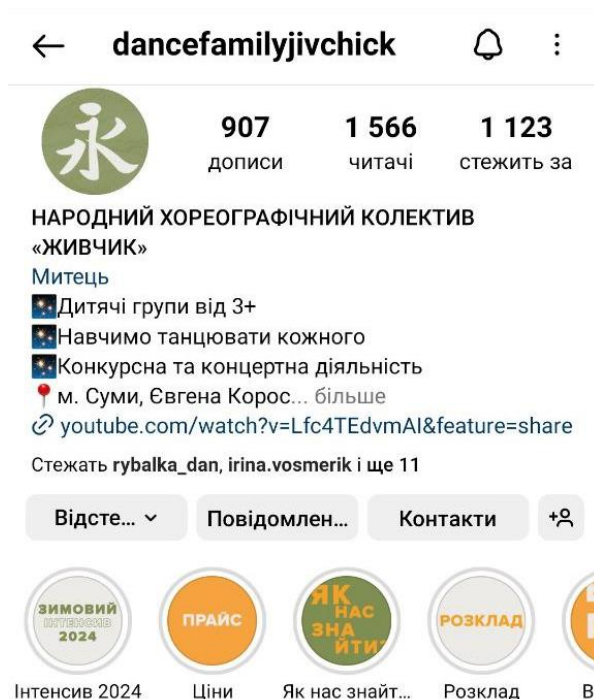


Рисунок 2.13 – Instagram Dance Family Jivchick [4]

Тож, як підсумок, можна сказати що в місті Суми більшість танцювальних шкіл знаходяться на одному рівні, але кожна студія має свої особливості, але щоб досягти успіху в цій сфері танцювальні школи повинні постійно вдосконалювати свої програми викладання та відповідати потребам своїх відвідувачів.

Проведемо оцінку конкурентоспроможності танцювальних колективів.

Таблиця 2.5 – Оцінка конкурентоспроможності танцювальних колективів

Танцювальні колективи	Ціна	Кількість підписників в Instagram	Кількість залів	Максимальна кількість занять на тиждень	Кількість направлень	Кількість підписників на YouTube
Dance Centre Artes	1000	3019	2	5	8	702
CD Studio	950	7551	2	4	6	247
Dance Family Jivchick	900	1557	3	5	6	428
Коефіцієнт	0,25	0,06	0,06	0,3	0,25	0,06

Таблиця 2.6 – Зважені характеристики товарів

№ п/п	Назва показника	Ціна	Кількість підписників в Instagram	Кількість залів	Максимальна кількість занять на тиждень	Кількість направлень	Кількість підписників на YouTube
1	Dance Centre Artes	0,9	0,3	0,7	1	1	1
2	CD Studio	0,95	1	0,7	0,8	0,75	0,3
3	Dance Family Jivchick	1	0,2	1	1	0,75	0,6

Таблиця 2.7 – Обрахування коефіцієнта вагомості показників

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Ціна	Кількість підписників в Instagram	Кількість залів	Максимальна кількість занять на тиждень	Кількість направлень	Кількість підписників в на YouTube	Сума	V
Ціна		1	1	0	1	1	4	0,25
Кількість підписників в Instagram	0		0	0	0	1	1	0,06
Кількість залів	0	1		0	0	0	1	0,06
Максимальна кількість занять на тиждень	1	1	1		1	1	5	0,3
Кількість направлень	0	1	1	1		1	4	0,25
Кількість підписників на YouTube	0	0	1	0	0		1	0,06

Тепер перейдемо до обрахунку інтегрального показника

Танцювальний колектив Dance Centre Artes

$$0,9*0,25+0,3*0,06+0,7*0,06+1*0,3+1*0,25+1*0,06=0,895$$

Танцювальний колектив CD Studio

$$0,95*0,25+1*0,06+0,7*0,06+0,8*0,3+0,75*0,25+0,3*0,06=0,785$$

Танцювальний колектив Dance Family Jivchick

$$1*0,25+0,2*0,06+1*0,06+1*0,3+0,75*0,25+0,6*0,06=0,8455$$

Аналіз конкурентоспроможності танцювальних колективів показує, що кожен з них має свої сильні та слабкі сторони.[3]

Танцювальний колектив Dance Centre Artes має найвищий інтегральний показник (0,895), що вказує на його конкурентні переваги. Це колектив з високою максимальною кількістю занять на тиждень, великою кількістю напрямків і значною кількістю підписників на YouTube, що свідчить про популярність і довіру до бренду. Висока якість викладання та різноманітність пропозицій роблять його лідером на ринку.

CD Studio займає третє місце з інтегральним показником 0,785. Незважаючи на велику кількість підписників в Instagram і помірну ціну, цей колектив має дещо менше занять на тиждень і напрямків, що може бути недоліком для потенційних клієнтів. Проте його популярність у соціальних мережах говорить про високу впізнаваність і добру маркетингову стратегію.

Dance Family Jivchick має інтегральний показник 0,8455, займаючи друге місце. Вони мають найнижчу ціну серед трьох колективів, що може бути привабливим для багатьох клієнтів. Крім того, велика кількість залів і максимальна кількість занять на тиждень також є їхньою сильною стороною. Проте менша кількість підписників у соціальних мережах може свідчити про меншу популярність або менш активну маркетингову діяльність.

Отже, танцювальний колектив Dance Centre Artes виявляється найбільш конкурентоспроможним завдяки своїм різноманітним послугам, великій кількості занять та значній присутності у соціальних мережах. Однак кожен із колективів має свої унікальні переваги, які можуть привабити різні сегменти клієнтів.

Важливо зазначити, що цей висновок ґрунтується на аналізі лише трьох танцювальних шкіл. На ринку Суми існує значна кількість інших шкіл, які не були розглянуті у цьому тексті. Тому для отримання більш точного уявлення про конкурентну середу на ринку танцювальних послуг у Сумах необхідно провести більш глибоке та всебічне дослідження.

Крім цього, важливо враховувати, що потреби та вподобання потенційних клієнтів можуть відрізнятися. Деякі клієнти можуть надавати пріоритет ціні, інші – якості навчання, а треті – зручному розташуванню. Тому танцювальним школам

важливо чітко визначити свою цільову аудиторію та пропонувати послуги, які відповідають її потребам.

Загалом ринок танцювальних послуг у Сумах є динамічним та конкурентним. Танцювальним студіям, які хочуть бути успішними, необхідно постійно вдосконалювати свої послуги, пропонувати інноваційні програми та активно просувати себе на ринку.

На успіх підприємства впливає багато факторів в різній мірі, проте одним з найголовніших вже на етапі планування є ціноутворення. Так, як створення закладу, розширення вже існуючої мережі, просування нової лінійки - потребує витрат, а для перекриття цих витрат - доходи. Для уникнення банкрутства треба враховувати фактори та чинники ціноутворення товарів та послуг.

Серед внутрішніх факторів для танцювальної школи варто відзначити витрати на діяльність, такі як оренда приміщення, зарплати викладачів, комунальні послуги, обладнання, маркетинг та адміністративні витрати. Рівень якості послуг також грає важливу роль: чим вища якість навчання, тим більше можна запросити за заняття. Цільова прибутковість також впливає на ціноутворення, оскільки Артес прагне досягти певного рівня доходу. Сюди ж відноситься маркетингова стратегія, яка включає позиціонування на ринку, брендинг та рекламні заходи.

Зовнішні фактори включають рівень конкуренції - наявність інших танцювальних шкіл в регіоні може обмежувати можливість підвищувати ціни. Попит на послуги змінюється залежно від сезону, трендів та загальної популярності танцю. Економічна ситуація в регіоні або країні також впливає на платоспроможність клієнтів. Важливі й соціально-культурні фактори, що включають загальне ставлення суспільства до танцювальної освіти та популярність танцю як виду дозвілля.

Конкурентоспроможність товару в танцювальній студії залежить від рівня викладачів, умов занять, а також додаткових послуг, але так як в Артесі працюють тренери постановки яких займають перші місця на всеукраїнському рівні, багато стилів, тренажів з якими можна познайомитись, це все підвищує

конкурентоспроможність студії, тому Artes може ставити вищі ціни на абонемент порівняно з конкурентами.

Умови постачання і форма розрахунку також відіграють роль. Студія пропонує зручні форми оплати, такі як оплата онлайн, оплата готівкою, помісячна абонентська плата, це залучає більше клієнтів. Також важливою є прозорість умов оплати та можливість повернення коштів у разі відмови від занять.

Рівень каналу розподілу в танцювальній студії може стосуватися того, як саме вона доносить інформацію про свої послуги до потенційних клієнтів. Це є прямі продажі через соціальні мережі, співпраця з іншими культурними установами та навчальними закладами. Вибір ефективного каналу розподілу допомагає студії охопити більшу аудиторію.

Форма і методи збуту Artesу включають різні маркетингові стратегії, такі як пробні безкоштовні заняття, акційні пропозиції, знижки для сімейних абонементів-це дозволяє студії бути гнучкою та адаптуватись до потреб різних клієнтів.

Репутація посередника має значний вплив на рішення клієнтів. Студія співпрацює з відомими хореографами та студіями, це підвищує довіру клієнтів до них. Також, Artes має позитивні відгуки від клієнтів це сприяє її позитивному іміджу.

Якість роботи з ціноутворення в танцювальній студії важлива для забезпечення її конкурентоспроможності та привабливості для клієнтів. Це включає аналіз ринку, визначення оптимальних цін, врахування витрат та очікувань клієнтів.

Провівши аналіз ми бачимо що в співвідношенні ціни до занять найвигідніше займатися в Dance Family Jivchick тому як у них за 900 гривень 5 годин на тиждень в деяких групах, пробне заняття є у всіх безкоштовним, що є плюсом так як багато потенційних клієнтів, зможуть спробувати заняття в студії, індивідуальні заняття найдешевші в Dance Centre Artes, й також в абонемент

Артесу на місяць входить заняття з акторської майстерності чого немає в інших колективах, а в Dance Family Jivchick з класики, що для танцівників є важливим.

Таблиця 2.8 – Аналіз цін конкурентів

Танцювальна студія	Ціна	Кількість максимальна занять на тиждень	Пробне заняття	Індивідуальне заняття	Що входить в абонемент
Dance Centre Artes	1000	5	Безкоштовно	250 грн	Хореографія, акробатика, акторська 1 раз на місяць
CD Studio	800-1080	4	Безкоштовно	300 грн	Акробатика, хорео
Dance Family Jivchick	900	5	Безкоштовно	300 грн	Акробатика, класика, хорео

Аналіз конкурентного середовища Dance Centre Artes демонструє, що цей танцювальний колектив є найбільш конкурентоспроможним серед інших аналізованих студій у місті Суми. Dance Centre Artes відзначається своєю різноманітністю стилів танцю, що є важливим для задоволення потреб різних клієнтів, включаючи як початківців, так і професіоналів. Локалізація студії у житловому районі, близько до центру міста, сприяє зручності учасників.

Одним з ключових конкурентних переваг Dance Centre Artes є його активна присутність у соціальних мережах та YouTube, що сприяє популяризації бренду та привабленню нових клієнтів. Крім того, наявність власного фотографа та відеографа дозволяє створювати високоякісний контент, що підсилює візуальне представлення студії і сприяє формуванню позитивного іміджу.

Не зважаючи на сильні сторони, такі як різноманіття програм і висока активність в соціальних мережах, Dance Centre Artes також має свої недоліки. Наприклад, високі вартості абонементів і пошиття сценічних костюмів можуть створювати бар'єри для деяких клієнтів.

У цілому, завдяки своїм сильним сторонам і вдалій маркетинговій стратегії Dance Centre Artes виходить на лідируючі позиції у ринку танцювальних послуг у Сумах. Проте для подальшого розвитку важливо не

тільки зберігати, а й посилювати свої конкурентні переваги, реагуючи на зміни в потребах і вподобаннях клієнтів та підтримуючи високий стандарт якості навчання.

2.3. Маркетинговий аналіз "Dance Centre Artes"

Dance Centre Artes, розташована в місті, є провідною танцювальною школою, яка пропонує різноманітні танцювальні стилі для дітей, підлітків та дорослих. З моменту свого заснування, школа зарекомендувала себе як місце, де учні можуть не лише навчитися танцювати, але й розвивати свої творчі здібності та фізичну форму під керівництвом досвідчених і кваліфікованих викладачів.

Dance Centre Artes прагне створити дружню та затишну атмосферу, де кожен, незалежно від віку та рівня підготовки, може знайти свій улюблений стиль танцю. Проте, як і будь-яка інша організація, школа стикається з певними викликами. Для кращого розуміння її ринкових позицій та можливостей розвитку, необхідно провести детальний аналіз сильних та слабких сторін Dance Centre Artes.

Основні групи факторів маркетингової макросередовища танцювальної школи Artes -

1) Економічні фактори які включають в себе рівень середнього доходу населення, фінансова ситуація в цілому в регіоні та країні, що впливає на платоспроможність клієнтів, оренда приміщення, зарплата тренерам, швачці, адміністратору, прибиральниці, витрати на утримання та оновлення залу.

2) Соціально-культурні фактори це підтримка населення донесення важливості занять танцями в житті, використання соціальних тенденцій, відповідати актуальності, завжди розвиватись для того аби давати клієнтам нову інформацію, пропагування здорового способу життя.

3) Політико-правові фактори а саме дотримання вимог щодо ліцензування, податкова та правова політика, яка впливає на фінансові показники.

4) Технологічні фактори - використання сучасних технологій та технік, інновацій, аби підвищувати конкурентоспроможність колективу.

5) Природно-географічні фактори – розташування студії впливає на кількість потенційних клієнтів, саме тому студія Artes завжди знаходилась в доступних місцях, коло зупинок, і поряд з жилими секторами, де потенційно можуть жити клієнти, погодні умови особливо коли дощ або зима, це може вплинути на присутність людей, але як мінімум студія обладнана кондиціонерами та теплими батареями, які навіть в таку погоду зможуть зігріти клієнтів, плюс в студії завжди можна зробити собі теплий чай. [6]

Всі ці фактори можуть впливати на діяльність танцювальної школи, включаючи зміни у попиті, конкуренції, фінансовому стані та стратегіях маркетингу, крім того додатковим фактором є вплив воєнного конфлікту на безпеку та стабільність. Війна призвела до зниження кількості клієнтів, зміни у витратах на утримання бізнесу. Таким чином, цей фактор потребує додаткового аналізу та врахування при управлінні танцювальною школою.

Основні стейкхолдери Dance Centre Artes

1. Споживачі:

- Батьки - безпосередньо в Артесі це основна цільова аудиторія, так як 10 груп з дітьми від 4 до 11 років, які точно не є платоспроможними.
- Підлітки - теж є важливою цільовою аудиторією, так як зараз в нашому місті починає популяризовуватись зайняття саме дорослих дітей, бо раніше у місті більшість переставали займатись танцями у 14-15 років, зараз статистика змінилась.
- Дорослі - для дорослих які займаються вже давно є можливість участі у про командах, для тих хто хоче в більшості для себе - це зайняття з фітнесу.

2. Конкуренти:

- Танцювальна студія CD studio – колектив останні роки показує високі рівні особливо у стріт стилях, має зручне розташування в центрі міста, цікавий та новий підхід тренерів, гарні соціальні мережі, з різними рубриками які постійно оновлюють новим контентом але є групи які постійно виділяються

їздять на конкурси високого рівня а є ті які виступають мало разів та їх розвиток не такий яскравий.

- Танцювальна студія Dance family jivchick – також останнім часом показує високі результати, у цієї студії є спонсори тому є стабільні виїзди за кордон, постійно організують майстер класи та конкурси, але занять на тиждень менше хоча ціна приблизно однакова.

- Танцювальна студія Dance school sol – ця студія навпаки останні роки майже не має розвитку через ситуацію в країні, через це більшість учасників переходять займатись в інші студії, але все одно на конкурсах навіть в такий час показують непогані результати.

3. Постачальники:

Орендодавець - студія орендує приміщення для проведення занять.

Постачальник обладнання: Артеc купує обладнання для танцювальних залів, таке як дзеркала, станки, велика кількість спортивного інвентарю(мати, доріжки, гантелі, грузики)

Постачальник одягу та взуття: Артеc співпрацює з постачальниками тканини, та з професійною швачкою.

Також в танцювальній студії Артеc є професійний відеограф, фотограф, фітнес тренер та акробат.

Таблиця 2.9 – Основні стейкхолдери Dance Centre Artes

Основні стейкхолдери Dance Centre Artes	
Споживачі:	
1	2
Батьки	безпосередньо в Артеcі це основна цільова аудиторія, так як 10 груп з дітьми від 4 до 16 років, які точно не є платоспроможними
Підлітки	теж є важливою цільовою аудиторією, так як зараз в нашому місті починає популяризовуватись зайняття саме дорослих дітей, бо раніше у місті більшість переставали займатись танцями у 14-15 років, зараз статистика змінилась.
Дорослі	для дорослих які займаються вже давно є можливість участі у про командах, для тих хто хоче в більшості для себе - це зайняття з фітнесу.
Конкуренти:	
Танцювальна студія CD studio	колектив останні роки показує високі рівні особливо у стріт стилях
Танцювальна студія Dance family jivchick	у цієї студії є спонсори тому є стабільні виїзди за кордон, постійно організують майстер класи та конкурси

Продовження таблиці 2.9

Танцювальна студія Dance school sol	ця студія навпаки останні роки майже не має розвитку через ситуацію в країні
Постачальники:	
Орендодавець	студія орендує приміщення для проведення занять
Постачальник обладнання	Артес купує обладнання для танцювальних залів, таке як дзеркала, станки, велика кількість спортивного інвентарю(мати, доріжки, гантелі, грузики)
Постачальник одягу та взуття	Артес співпрацює з постачальниками тканини, та з професійною швачкою
Також в танцювальній студії Артес є професійний відеограф, фотограф, фітнес тренер та акробат	

Кожен із цих чинників безпосереднього оточення впливає на діяльність танцювальної студії Артес.

Споживачі визначають попит на послуги школи та її цінову політику.

Конкуренти спонукають школу постійно покращувати свої послуги та шукати нові шляхи розвитку.

Постачальники впливають на ціни та якість послуг школи.

Маркетингові посередники допомагають школі донести інформацію про свої послуги до потенційних учнів.

Проведемо SWOT аналіз який допоможе зрозуміти слабкі та сильні сторони колективу а також загрози та можливості.

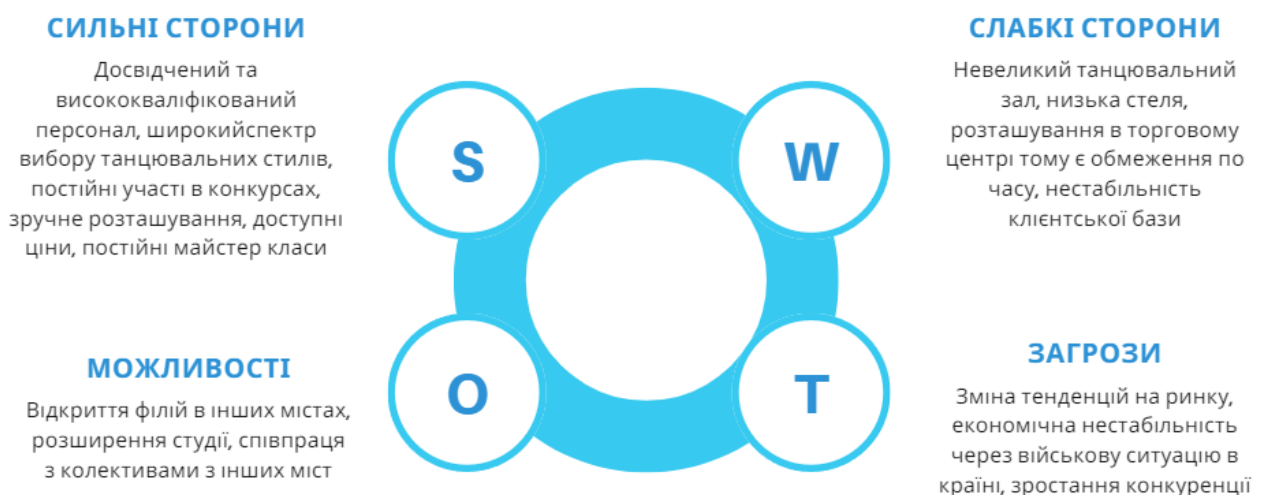


Рисунок 2.14 – SWOT аналіз Dance Centre Artes. Розроблено автором

Танцювальна студія " Dance Centre Artes " має значні сильні сторони, такі як висококваліфікований персонал, широкий спектр танцювальних стилів, активна участь у конкурсах та доступні ціни. Ці фактори забезпечують їй стійку позицію на ринку та привабливість для клієнтів. Однак існують і слабкі сторони, як-от обмеження простору через невеликий танцювальний зал та обмеження по часу через розташування в торговому центрі.

Школа має потенціал для зростання через можливості відкриття нових філій, розширення студії та співпрацю з іншими танцювальними колективами. Водночас вона повинна бути готовою до загроз, таких як зміни ринкових тенденцій, економічна нестабільність через військову ситуацію в країні та зростання конкуренції.

Загалом, зосередження на використанні сильних сторін та реалізації можливостей, а також мінімізація слабких сторін і підготовка до загроз, можуть допомогти " Dance Centre Artes " успішно розвиватися і зміцнювати свої позиції на ринку навіть в умовах складної ситуації в країні.

Таблиця 2.10 - PEST аналіз Dance Centre Artes

<p>Політичні фактори Державна підтримка – навіть у цей час депутати Сум часто підтримують танцювальну студію, та виділяють на це кошти. Стабільність влади – ситуація наразі є нестабільною, пов'язано це з війною яка триває, тому в такий час люди менш схильні витратити кошти на саморозвиток та хобі, що негативно впливає на бізнес.</p>	<p>Соціальні фактори Зміна способу життя – наразі відбувається зміна у більшості людей в біг здоровому способу життя, що призводить до того, що попит на танцювальну студію росте. Модні тенденції – педагогічний склад студії постійно розвивається та приймає участь у різних івентах, тим самим оновлюючи свій асортимент послуг який завжди відповідає модним тенденціям.</p>
<p>Економічні фактори Рівень інфляції – він значно виріс в Україні, що може вплинути на подальше різке підняття ціни, так як понад 2 роки вона була стабільною, тому це може негативно вплинути на попит. Рівень безробіття – через війну він значно виріс, тому менша кількість людей має змогу оплачувати заняття та абонементи.</p>	<p>Технологічні фактори Розвиток онлайн технологій- танцювальна студія Artes відразу після початку війни розробили серію онлайн майстер класів в співпраці з найкращими хореографами України, для того аби навіть ті хто виїхав з міста мали змогу продовжувати розвиватись. Розвиток соціальних мереж- студія в цьому році найняла професійного відеографа та фотографа для того аби в соціальних мережах були тільки професійна якість, що вплинуло на приріст підписників</p>

В цілому, танцювальна студія демонструє гнучкість і адаптивність у відповідь на виклики, пов'язані з поточною ситуацією в країні. Зосередженість на соціальних трендах, використання технологій та активна присутність у соціальних мережах допомагають студії залишатися конкурентоспроможною та залучати нових клієнтів навіть в умовах економічної та політичної нестабільності.

Dance Centre Artes має багато сильних сторін, які роблять її привабливою для різних категорій клієнтів. Досвідчені викладачі, широкий спектр танцювальних стилів, доступні ціни та зручне розташування створюють конкурентні переваги. Проте існують і слабкі сторони, такі як висока конкуренція, обмежені ресурси для маркетингу та нестабільність клієнтської бази, які потребують уваги та ефективного вирішення для забезпечення сталого розвитку та зростання студії.

Цільова аудиторія танцювальної студії Artes розподіляється за віковими групами, але враховуючи платоспроможність, основний акцент ставиться на батьків дітей, підлітків, молодь, дорослих і літніх людей. Діти не є безпосередньо платоспроможними, проте їх батьки приймають рішення і оплачують заняття. Для дорослих особливу увагу можна звернути на ті групи, які зацікавлені у фітнесі та активному способі життя.

Батьки дітей (4-12 років): Заняття танцями для дітей допомагають розвивати фізичну координацію, соціальні навички і дисципліну. Батьки шукають безпечні та освітні активності для своїх дітей, тому це найбільша категорія.

Підлітки (13-18 років): Важлива група, що прагне самовиразитися, вдосконалити свої навички та брати участь у змаганнях. Також вони часто залучають своїх друзів, збільшуючи клієнтську базу.

Молодь (18-30 років): Шукають способи підтримувати фізичну форму, розслабитися після роботи або навчання, та знайти нові соціальні контакти. Вони завжди готові витратити кошти на хобі та саморозвиток, та є цільовою аудиторією танцювальної студії.

Дорослі (30-50 років): Ця група шукає способи зняття стресу та підтримки здоров'я через фітнес, який викладається в Артесі. Для них важливі зручний розклад та місце розташування студії.

Розробка детальних портретів клієнтів є важливим кроком для розуміння потреб та очікувань різних сегментів аудиторії танцювальної студії. Це дозволяє краще адаптувати маркетингові стратегії, програми навчання та загальний підхід до надання послуг. У контексті танцювальної студії "Артес", ключовими клієнтськими сегментами є "Батьки" та "Діти". Вивчення їхніх мотивів, потреб та поведінки допомагає створити більш привабливі та ефективні пропозиції, що задовольняють обидві групи.

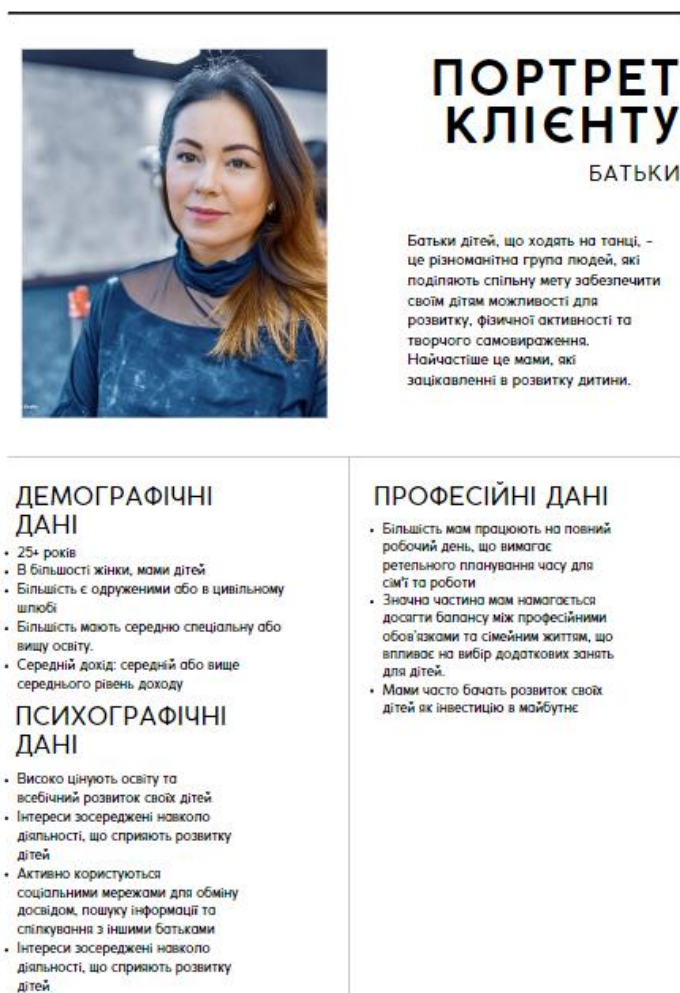


Рисунок 2.15 - Розроблення портрету клієнта «Батьки»
Розроблено автором



ПОРТРЕТ КЛІЄНТУ

ДИТИНА

Діти, що відвідують танцювальні заняття, є різноманітною спільнотою, яку об'єднує любов до танцю та прагнення творчого самовираження.

ДЕМОГРАФІЧНІ ДАНІ

- Від 3 до 18 років
- В більшості дівчата
- Діти різного віку, що відвідують дитячі садки або школи
- Не мають постійного доходу
- Діти з різних сімейних середовищ

ПСИХОГРАФІЧНІ ДАНІ

- Інтерес до танцю та різних танцювальних стилів, таких як хіп-хоп, контемпорарі, тощо
- Любов до музики, сценічного мистецтва та творчої діяльності.
- Бажання розвинути свої танцювальні навички та досягти високого рівня майстерності
- Користування соціальними мережами для обміну та пошуку інформації і спілкування з іншими дітьми
- Бажання участі у танцювальних конкурсах
- Схильність до командної роботи

ЦІННОСТІ

- Прагнення до самовираження та самовдосконалення
- Відданість щодо своїх цілей
- Відчуття командного духу, повага до викладачів та дітей

ЗДІБНОСТІ

- Гарна фізична підготовка та витривалість
- Вміння легко працювати зі своїм тілом, виконуючи танцювальні рухи
- Розвинена увага та креативність

Рисунок 2.16 – Розроблення портрету клієнта «Дитина»

Розроблено автором

Батьки, які залучають своїх дітей до танцювальних занять, і самі діти, що відвідують ці заняття, формують різноманітну та цілеспрямовану спільноту. Батьки, переважно мами, високо цінують всебічний розвиток своїх дітей і бачать заняття танцями як важливу інвестицію в їхнє майбутнє. Вони активно користуються соціальними мережами для обміну досвідом та інформацією, прагнуть досягти балансу між професійним життям та сімейними обов'язками.

Діти, що відвідують танцювальні студії, вирізняються прагненням до самовираження, самовдосконалення та розвитку своїх танцювальних навичок. Вони цінують командний дух, творчість і мають інтерес до різноманітних танцювальних стилів. Спільні зусилля батьків та дітей створюють сприятливе середовище для досягнення високого рівня майстерності, участі в танцювальних конкурсах та розвитку уяви й креативності.

Географічно, основними клієнтами є мешканці міста та передмість, оскільки вони мають легкий доступ до студії.

Розглянемо психографічні та поведінкові характеристики цільової аудиторії, Dance Centre Artes

Стиль життя- люди, які ведуть активний спосіб життя або зацікавлені у здоров'ї, часто шукають нові форми фізичної активності. Танці є привабливим варіантом, оскільки це поєднання фізичної активності, творчості та соціальної взаємодії. "Dance Centre Artes" організовує танцювальні марафони, вечірки та інші заходи, які приваблюють людей зі спільними інтересами.

Інтереси - люди, які цікавляться мистецтвом, музикою та культурними заходами, часто зацікавлені у танцях. Вони бачать у танцях спосіб самовираження. "Dance Centre Artes" співпрацює з місцевими культурними установами, проводить спільні заходи та фестивалі.

Основні мотиваційні фактори включають підтримку фізичної форми, зняття стресу, розвиток нових навичок та соціалізацію. Люди шукають способи поліпшити своє здоров'я та настрій через активну діяльність. "Dance Centre Artes" пропонує спеціальні програми для різних рівнів підготовки та цілей.

Частота відвідувань залежить від мети клієнта. Деякі можуть відвідувати студію кілька разів на тиждень для серйозних тренувань, інші можуть приходити раз на тиждень для релаксації та соціалізації. Важливо мати гнучкий розклад та різноманітні програми, щоб задовольнити потреби всіх клієнтів, що і робить студія.

Розділ 3. Шляхи та рекомендації щодо розвитку маркетингової стратегії "Dance Centre Artes"

Для будь-якого успішного підприємства, незалежно від галузі, важливо мати чітко визначену місію, бачення та цілі. Це особливо актуально для творчих колективів, таких як танцювальний колектив "Артес", де поєднуються мистецтво, культура та бізнес. Розробка місії, бачення та цілей маркетингової стратегії є критично важливим етапом, який допомагає спрямувати зусилля команди, окреслити пріоритети та встановити параметри для вимірювання успіху.

Місія визначає основну мету існування колективу, його фундаментальні цінності та напрямок діяльності. Вона служить дороговказом для всіх членів організації та допомагає зосередитися на головних аспектах роботи.

Бачення відображає довгострокові прагнення та ідеали колективу. Воно формує образ майбутнього, до якого команда прагне, та надихає на досягнення великих результатів.

Цілі маркетингової стратегії конкретизують кроки, які необхідно зробити для досягнення бачення. Вони мають бути реалістичними, вимірюваними та орієнтованими на результат. Чітко визначені цілі допомагають фокусувати зусилля на конкретних завданнях та забезпечують можливість оцінити ефективність проведених маркетингових заходів.

У цьому розділі ми детально розглянемо місію, бачення та цілі маркетингової стратегії танцювального колективу "Артес", що стане основою для подальшого розвитку та успіху на ринку.

Таблиця 3.1 – Місії маркетингової стратегії для танцювального колективу Артес

Місії маркетингової стратегії для танцювального колективу Артес		
1	2	3
1	Збільшення впізнаваності бренду	Мета - підвищити впізнаваність колективу Артес як провідного танцювального колективу в місті та за його межами. Прагнення зробити ім'я колективу синонімом якості, інновацій та творчості у сфері танцю.
2	Розширення цільової аудиторії	Прагнення залучення широку аудиторію, включаючи різні вікові групи. Особливий акцент буде зроблено на залученні молоді через соціальні мережі та заходи.

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
3	Використання цифрових платформ	Активне використання соц. мереж та інших цифрових платформ для просування .
4	Стратегічні партнерства	Розвиток стратегічних партнерств з іншими культурними установами, медіа, освітніми закладами та бізнесами. Такі партнерства дозволять розширити наші можливості та ресурси для просування колективу Артес.
5	Вимірювання ефективності	Постійно вимірювати ефективність маркетингових заходів за допомогою аналітики та зворотного зв'язку від аудиторії. Це дозволить оптимізувати стратегію та підвищувати ефективність наших маркетингових стратегій.
6	Підтримка та зміцнення репутації	Зміцнення позитивної репутації колективу Артес через високий рівень виконавської майстерності, професійний підхід та позитивні відгуки від глядачів, клієнтів та партнерів.
7	Створення унікального контенту	Створення унікального та якісного контенту, який буде відображати творчість, професіоналізм та інноваційний підхід. Це включає професійні відео, фото, статті про діяльність колективу.

Ці місії маркетингової стратегії спрямовані на те, щоб зробити танцювальний колектив "Артес" відомим та успішним брендом, який привертає увагу, надихає та залучає широку аудиторію.

Бачення: прагнення стати провідним танцювальним колективом, який надихає та об'єднує людей через мистецтво танцю. Бачення - створювати вражаючі виступи та навчальні програми, які розкривають потенціал кожного учасника та залучають широку аудиторію, формуючи спільноту шанувальників та підтримки.

Таблиця 3.2 – Розробка цілей маркетингової стратегії

Цілі		
1	2	3
1	Збільшення впізнаваності бренду	Досягти 5000 підписників до кінця 2024 року
2	Розширення цільової аудиторії	Збільшити кількість відвідувачів на 15% за рік, залучити більш дорослу аудиторію
3	Використання цифрових платформ	Запуск регулярних рубрик у соціальних мережах, створення TikTok аккаунту
4	Підвищення залучення аудиторії	Організувати 2 флешмобів або заходів на рік, та організація онлайн майстер класів чи конкурсів.
5	Стратегічні партнерства	Пошук спонсорів та партнерів, включаючи бренди та культурні організації

Продовження таблиці 3.2

1	2	3
6	Підтримка та зміцнення репутації	Проведення 2 рази на рік опитування про якість викладання та про поради для покращення роботи студії
7	Створення унікального контенту	Розробка цікавих відеозйомок, створення вірусного контенту(в особливості для TikTok), для підвищення впізнаваності бренду навіть на міжнародному рівні

У цілому, місія, бачення та цілі маркетингової стратегії танцювального колективу Artes слугують компасом, що спрямовує всі зусилля на досягнення гармонії між мистецтвом і бізнесом, забезпечуючи довготривалий успіх і впізнаваність колективу на ринку.

Розробка позиціонування "Dance Centre Artes" на ринку

З урахуванням динамічного розвитку ринку танцювальних шкіл і студій, особливо беручи до уваги зростання популярності серед різних вікових груп, Dance Centre Artes стоїть перед завданням виробити чітку й зрозумілу стратегію позиціонування для ефективного виділення чи виокремлення на фоні конкурентів.

1. Першим кроком для успішної розробки стратегії позиціонування "Dance Centre Artes" на ринку танцювальних послуг у місті Суми буде детальний аналіз конкурентного середовища. Конкуренція в цій індустрії є значною, що створює як можливості, так і виклики для студії.

Почнемо з огляду конкурентів для колективу "Dance Centre Artes". Наразі у місті Суми існує кілька танцювальних шкіл і студій, які представляють собою серйозну конкуренцію. Ці конкуренти пропонують схожий асортимент послуг у сфері танцю, але відрізняються за своєю ціновою політикою. Щоб визначити власну стратегію позиціонування школи "Dance Centre Artes", потрібно вивчити підхід більшості танцювальних шкіл міста.

Аналіз та порівняння цін на абонементи та інші послуги конкурентів "Dance Centre Artes" дозволить мати розуміння, наскільки конкурентоспроможними є ціни "Artes", і які можливості є для їх оптимізації.

Крім цього, звертаючи увагу на інші аспекти діяльності конкурентів "Dance Centre Artes", такі як маркетингові стратегії, репутація, рівень обслуговування та якість послуг, допоможе виявити сильні та слабкі сторони конкурентів та визначити можливості для вдосконалення власної пропозиції студії "Dance Centre Artes".

Усе це є ключовими складовими для формування ефективної стратегії позиціонування "Dance Centre Artes" на ринку танцювальних послуг у місті Суми. Через глибокий аналіз конкурентного середовища "Dance Centre Artes" може зрозуміти власну унікальність і підготуватися до ефективного виокремлення на фоні інших учасників ринку.

2. Наступним етапом у позиціонуванні "Dance Centre Artes" на ринку танцювальних послуг у місті Суми є визначення тих унікальних переваг та цінностей, які студія пропонує власним клієнтам. Цей процес вимагає аналізу сильних сторін та особливостей колективу, що роблять "Dance Centre Artes" виокремленими серед конкурентів на ринку. До особливих переваг "Dance Centre Artes" відносяться:

-широкий спектр танцювальних стилів, що пропонує студія. "Dance Centre Artes" пропонує навчання в різних напрямках, що включає в себе hip hop, contemporary, та інші сучасні стилі танцю. Це дозволяє відвідувачам колективу пробувати свої можливості в різних напрямках та експериментувати в сфері танцю.

-команда висококваліфікованих викладачів, які є справжніми професіоналами з багаторічним досвідом у сфері танцю. Кожен з тренерів "Dance Centre Artes" має професійну освіту у галузі танцю та великий практичний досвід, що дозволяє ефективно передавати свої знання учням студії. Хореографи володіють різними стилями танцю та мають великий досвід роботи з дітьми та підлітками. Викладачі "Dance Centre Artes" постійно вдосконалюють свої навички та стежать за новими тенденціями у світі танцю, що дозволяє бути в курсі останніх технік у цій сфері.

Ці та інші унікальні переваги роблять "Dance Centre Artes" привабливим вибором для тих, хто бажає навчитися танцювати або покращити свої вміння в цьому напрямку.

3. Після визначення унікальних переваг "Dance Centre Artes", наступним кроком буде визначення цільової аудиторії та розробка повідомлення, яке відобразить переваги школи для цієї аудиторії.

Так як "Dance Centre Artes" спеціалізується на сучасних танцювальних стилях, його позиціонування може бути спрямоване на молоду аудиторію, яка цінує сучасність та творчість. Ця аудиторія включає учнів шкільного та студентського віку, молодих професіоналів та творчих особистостей, які шукають виразний спосіб вираження себе через мистецтво танцю.

Просування танцювального колективу "Dance Centre Artes" — це ключовий аспект маркетингової стратегії, що має на меті залучення нових учасників, утримання існуючих клієнтів та підвищення впізнаваності бренду.

У сучасному конкурентному середовищі, де кожен день з'являються нові студії та програми, важливо виділитися і залишатися актуальним для різних аудиторій. Стратегія просування базується на створенні цікавого та корисного контенту та вибір правильних маркетингових каналів. Розглянемо ключові принципи:

-Цікавий контент від студії танцю є одним з найефективніших способів просування. TikTok одна з найпопулярніших соціальних мереж. Створення TikTok акаунту для Dance Centre Artes буде корисним для збільшення популярності не тільки в місті Суми, а й по всьому світу. Викладаючи відео в цю соціальну мережу Dance Centre Artes може використовувати геотаргетинг для того, щоб охопити більше людей в місті Суми, а також використовуючи хештеги, які користуються популярністю та по'язані з танцювальною сферою, допоможуть залучити ще більше людей до спостереження про колектив Dance Centre Artes.

Колектив Artes може викладати різні відео різного формату: танцювальні виклики для інших танцювальних студій і просто користувачів Tik Tok, поради

та підказки для покращення свого рівня танцю, ідеї для танцювальних постановок чи відеороликів, смішні моменти з тренувань та не тільки, а також співпраця з іншими танцювальними командами для охоплення більшої кількості людей. Tik Tok це платформа, що заохочує взаємодію. Dance Centre Artes може спілкуватися з слідкувачами їх сторінки, відповідаючи на питання підписників, проводячи розіграши та різні конкурси.

Це допоможе студії створити відчуття спільноти та заохотити людей повертатися до перегляду відео Dance Centre Artes. Tik Tok дуже зручна платформа для просування через те, що викладаючи відео студією Dance Centre Artes, не потрібно купувати дороге обладнання, а можна використовувати безкоштовні інструменти редагування та власний мобільний телефон.

-Dance Centre Artes має свій власний канал в соціальній мережі YouTube. Це платформа для довгих відео для різноманітного контенту. YouTube це гарний спосіб для просування колективу Dance Centre Artes.

Викладаючи відео студія Artes має можливість отримати багато переглядів з різних регіонів, що збільшить популярність колективу та допоможе зацікавити ще більше клієнтів. Щоб досягнути вище написаних факторів, Dance Centre Artes має викладати цікаві, корисні для глядача або нового клієнту відео. Це можуть бути відео з тренувань, де показується процес самого тренування та спосіб навчання дітей в студії.

Також це можуть бути відео з благодійних концертів та виступів, що покаже як студія Dance Centre Artes розвивається. Такі відео дійсно будуть корисними для перегляду людям, які обирають танцювальну школу для занять через те, що не всі студії мають такі заходи і це покаже унікальність Dance Centre Artes. Відео також можуть бути з конкурсів, де відвідувачі Artes танцюють та демонструють постановку, змагаючись за перемогу. Це покаже які стилі пропонує студія та якій рівень мають діти, що займаються в Artes.

-Соціальна мережа також є у студії Dance Centre Artes. Щоб ця соціальна мережа приносила користь колективу, просуваючи студію та залучаючи більше клієнтів, Artes повинен використовувати всі функції додатку.

Instagram Stories створені для фото та відео не більше ніж на одну хвилину. Туди студія може викладати фото з графіком занять для нових клієнтів, фото з виступів та конкурсів, відредаговані фото та відео з самих занять. Також існують Instagram Reels та основна стрічка соціальної мережі Instagram.

Dance Centre Artes має можливість використовувати ці функції для просування власних відео з виступів, тренувань, змагань, благодійних заходів і не тільки. Також, в основну стрічку Dance Centre Artes може викладати фото клієнтів та тренерів, використовуючи популярні хештеги під публікацією для поширення студії. Це також корисно для просування Dance Centre Artes.

-Для просування танцювальної студії Dance Centre Artes буде корисним створення власного веб-сайту. Для того, щоб людям було корисно та зручно користуватись веб-сайтом Dance Centre Artes має обрати правильний дизайн та оформлення. Візуальний вигляд веб-сайту танцювальної школи Artes має велике значення для користувачів сайту, він повинен бути привабливим для перегляду. Також правильне оформлення тексту має бути для того, щоб відвідувачам сайту було зручно читати та переглядати інформацію про Dance Centre Artes.

В тексті мають бути ключові слова пов'язані з танцювальною школою, танцями, клієнтами, тренерами, виступами та заняттями. Це важливо для просування сторінки згідно з алгоритмами роботи веб-браузерів, де може бути розміщений сайт. Також веб-сайт це зручно для постійного контакту з відвідувачами сайту. Завдяки цьому Dance Centre Artes може відповідати на питання, коментарі або ж поради дітей та батьків, що відвідують студію.

Веб-сайт так само зручний для того, щоб дізнаватись про колектив Dance Centre Artes інформацію в інтернеті. Студія танцю Artes може розмістити інформацію про розклад та формат занять, про свої можливості щодо участі у виступах, конкурсах чи благодійних заходів, про розваги та активності для дітей влітку, коли студія організовує різні табори та активності для учнів. [15]

-Співпраця з іншими студіями також корисна для просування студії Dance Centre Artes. Співпрацюючи з іншими танцювальними школами, Artes має можливість показувати себе серед інших танцівників та танцювальних команд.

Це дає можливість представити свій колектив та зацікавити нових клієнтів. Також співпраця це можливість підвищити обізнаність про студію. Співпрацюючи з іншими школами, Dance Centre Artes піддає свій бренд новій аудиторії, що може призвести до нових учнів та клієнтів. Співпраця може бути з організаторами різних заходів чи конкурсів. Це допоможе студії танцю Artes висвітити своє ім'я на більшу аудиторію, що не пов'язана з студією.

Виступ на престижних заходах може показати, що студія танцю є високоякісною. Співпраця з організаторами заходів та конкурсів може допомогти Dance Centre Artes налагодити зв'язки з іншими людьми в танцювальній індустрії. Ці зв'язки можуть призвести до нових можливостей для цієї студії танцю.

Рекомендації щодо вдосконалення продуктової політики

1. Розширення спектру послуг

- Введення нових танцювальних стилів. Танцювальний колектив Артеc може значно виграти від введення нових танцювальних стилів, що відповідають сучасним трендам та попиту. Наприклад, додавання курсів К-поп, афро-танців або папінгу танців. Такі стилі приваблюють молодь та людей, які прагнуть бути в тренді, та навчатись чомусь новому, тим паче на професійному рівні в місті Суми, не так багато студій мають тренерів які професійно викладають в цих стилях, а людей які прагнуть в них розвиватись багато, тому попит буде.

- Майстер-класи та семінари. Регулярне проведення майстер-класів з відомими хореографами та танцюристами, наприклад один раз на місяць або один раз на 2 місяці привозити в місто відомих хореографів з України та Європи це не лише підвищить престиж студії але й дозволить залучити більше учасників. Це також створює можливості для постійного розвитку навичок існуючих учасників, також проведення семінарів, надання можливості тренерському складу Артеcу брати участь у різних семінарах, для того аби постійно розвиватись, та розширювати свою танцювальну базу та давати актуальну інформацію, з гарними методами пояснення матеріалу.

- Збільшення танцювальної зали для зручності танцівників та для того, щоб була змога танцювати без обмежень в просторі. Співпраця з іншими танцювальними школами і не тільки для просування своєї студії через різні заходи.

- Створення ТікТок сторінки для Dance centre Artes: ТікТок може стати важливим інструментом для танцювальної школи. Його популярність серед молоді дозволяє легко залучати нову аудиторію, яка потенційно може стати клієнтами школи. За допомогою ТікТок можна підвищити впізнаваність бренду, адже яскравий контент із танцювальними номерами приверне увагу до школи. Регулярні публікації з трендовими хештегами та музикою допоможуть зробити студію більш помітною. Вірусний маркетинг, який характерний для ТікТок, може значно збільшити охоплення аудиторії. Креативні танцювальні номери можуть швидко стати вірусними, привертаючи увагу тисяч користувачів. Колаборації з відомими танцюристами та інфлюенсерами також сприятимуть збільшенню аудиторії та приверненню нових клієнтів. Крім того, ТікТок дозволяє відслідковувати сучасні танцювальні тренди та впроваджувати їх у навчальну програму школи, що допоможе залишатися актуальними та привабливими для учнів. Платформа розширює онлайн-присутність школи, доповнюючи її присутність у інших соціальних мережах, таких як Instagram та Facebook. Це сприяє створенню цілісного бренду та збільшенню його впливу.

- Розробка бонусної системи для дітей а саме: за перемогу, гарну поведінку, найкращі досягнення і тд. Можна заохочувати дітей, наліпками, грамотами, танцювальними аксесуарами, брендowanими аксесуарами якщо якась команда гарно показала себе на конкурсі то влаштування танцювальних вечорів(батлів, джемів, вечірок).

- Створення власного бренду одягу колективу Dance Centre Artes: футболки, штани, кофти та форма для занять. Це потрібне для того, щоб про Artes дізнавались якомога більше, а також це додатковий заробіток студії.



Рисунок 3.1 – Розробка власного бренду. Розроблено автором



Рисунок 3.2 – Розробка власного бренду. Розроблено автором

- Створення online навчання в Dance Centre Artes. Це необхідно для танцівників які виїхали за кордон та мають бажання продовжити займатись у колективі Artes, а також для людей, які займаються в студії offline, але певний час не мають змоги відвідувати заняття.

- Проведення відкритих уроків або "дні відкритих дверей". Це дає змогу батькам дітей, що відвідують студію Dance Centre Artes, та людям, які бажають приєднатися до цього колективу, побачити в яких умовах проходять заняття.
- Проведення прямих ефірів в різних соціальних мережах для того щоб учні, батьки та інші люди могли спостерігати за подіями в реальному часі, а також це залучає нових клієнтів для студії Artes.
- Також можна ввести в танцювальну школу Dance Centre Artes таку функцію, як обмін студентом: обмін найкращими танцівниками танцювальних шкіл з таких країн як Польща або Німеччина на 10 днів. Це дає змогу танцівникам бачити форму проведення занять в інших студіях, а також обмін досвідом, думками щодо танцювальної сфери і обмін власними знаннями, а що найголовніше для маркетингу-піар.
- Проведення розіграшів в соціальних мережах Artes. Це дає змогу розширити свою аудиторію. Розігрувати можна безкоштовне пробне заняття або ж речі з свого бренду.

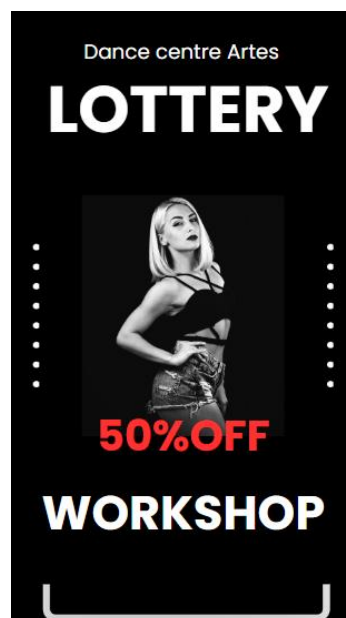


Рисунок 3.3 – Розробка макету для розіграшу в Instagram. Розроблено автором

- Проведення колективних або ж індивідуальних фотосесій або відеозйомок для учасників студії Dance Centre Artes. Це зіграє роль на піар студії викладаючи матеріал зйомок до своїх соціальних мереж. Також це дає змогу відвідувачам студії показувати свої знання й навички у цій сфері, що також залучає нових клієнтів.

- Створення груп для дорослих у танцювальній студії має кілька важливих переваг, які можуть суттєво вплинути на успіх і розвиток студії. По-перше, це дозволяє залучити ширшу аудиторію. Багато дорослих шукають способи залишатися активними, поліпшувати своє фізичне здоров'я і знаходити нові хобі. Танцювальні заняття є відмінним варіантом для цього. Вони пропонують фізичну активність, соціальну взаємодію та можливість навчитися новим навичкам. По-друге, дорослі часто мають більшу купівельну спроможність, ніж діти та підлітки. Вони можуть бути готові витратити більше грошей на заняття, обладнання та інші супутні послуги. Це може позитивно вплинути на фінансові показники студії. По-третє, різноманітність вікових груп додає студії репутацію інклюзивного та всеохоплюючого закладу. Це може залучити більше людей, які шукають місце, де можуть займатися танцями разом зі своїми сім'ями або друзями різного віку.

- Створення власного веб-сайту. Для танцювальної школи Artes це має безліч переваг і може бути дуже важливим. Власний веб-сайт дає змогу записуватись на заняття онлайн, оплачувати абонемент карткою, контактувати з аудиторією відповідаючи на питання на своєму сайті. Також на сайті можна розмістити інформацію про танцювальну школу: вартість занять, програма, графік, фото та відео матеріали зі зйомок або фотосесій, інформація про викладачів та учнів студії. Сайт допоможе збільшити впізнаваність вашої танцювальної школи серед потенційних клієнтів. Також це зручно для того, щоб люди з будь-якого місця могли дізнаватись про Artes. На сайті є змога публікувати досягнення танцювальної школи: результати проведених майстер класів, отримані нагороди з різних конкурсів та інше.

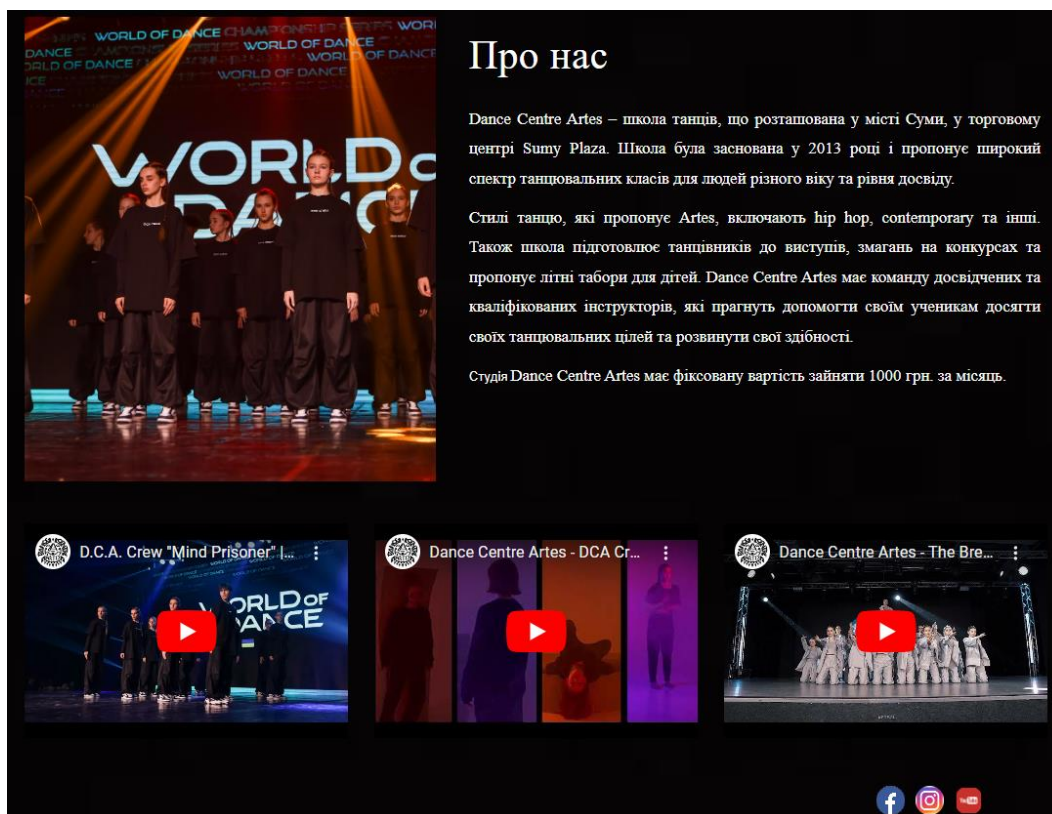


Рисунок 3.4 – Розробка макету для сайту. Розроблено автором

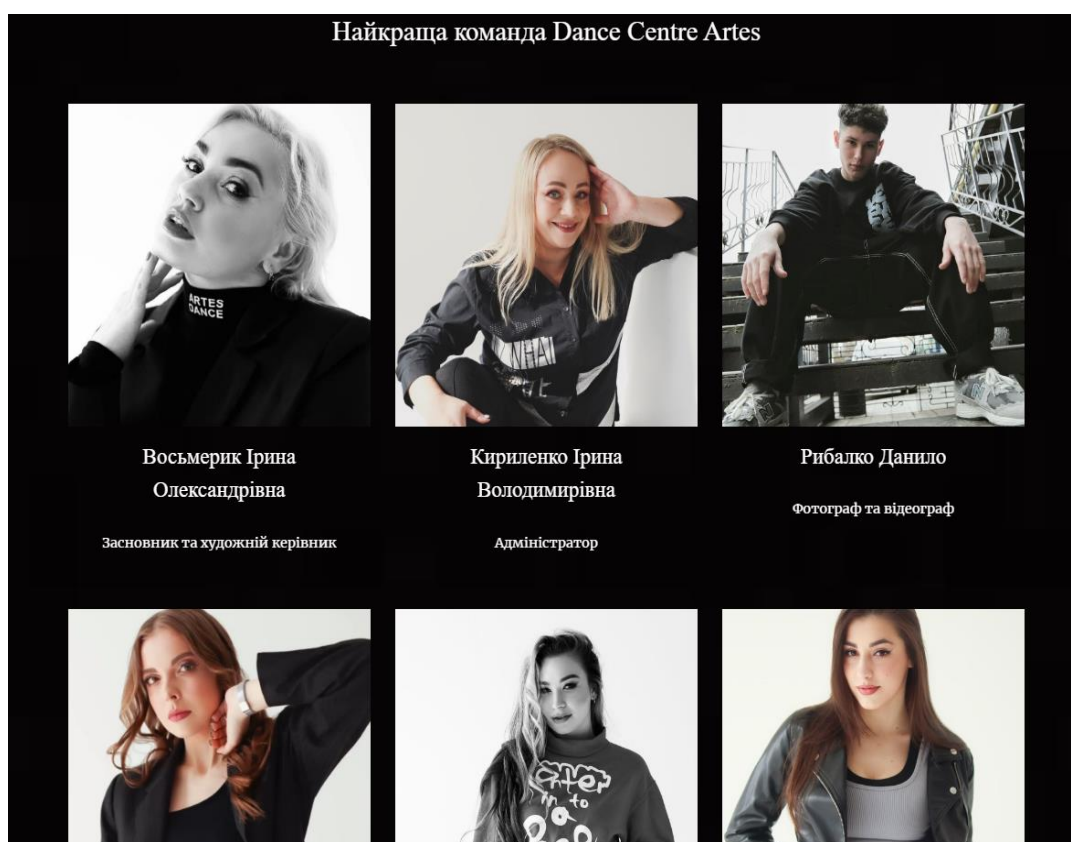



Рисунок 3.5 – Розробка макету для сайту. Розроблено автором.



Групи Івerness Анастасії Юрївни		
№	Група	Вїк
1.	DSA Crew	14+
2.	Space Crew	13-15
3.	Erised Crew	11-13
4.	N'Beats Crew	10-12
5.	4ever Crew	8-10
6.	DreamLand	7-9
7.	Spark Kids	6-8
8.	Kids Crew	3-7
Групи Гуліної Анни Юрївни		
9.	Diamond Kids	5-7
10.	Smile Kids	3-5
Групи Чекміньової Марини Володимирївни		
11.	Fusion Team	12-14
12.	Fire Bloom	10-13
13.	Joker Crew	7-10
14.	Kitty Team	3-7
15.	Breakers Team	5-10
Група Бабюк Катерини		
16.	Фїтнес	18+

Рисунок 3.6 – Розробка макету для сайту. Розроблено автором.

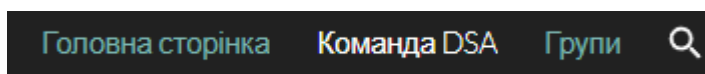


Рисунок 3.7 – Розробка макету для сайту. Розроблено автором

- Надання можливості викладачам Dance Centre Artes також відвідувати майстер класи. Це надає змогу підвищувати свій рівень в танцювальній сфері, збагачувати свої знання, надихатися танцівниками ще більш професійного рівня та набирати нові ідеї для створення нової хореографії чи постановки. Також можна відвідувати відкриті заняття інших танцювальних студій для того, щоб бачити як проходять заняття та в якому форматі.

Таблиця 3.3 - Цільова аудиторія ключових способів стратегії просування

Принцип	Цільова аудиторія	Причина, пояснення
1	2	3
Tik Tok	Діти віком від 8 до 16 років	Tik Tok створений для публікації коротких відео, що цікавить в більшості дітей та підлітків, тому контент має бути більш розважальним та цікавим для перегляду. Також повинна бути наявна інтерактивність, для зацікавлення саме цієї вікової категорії.
YouTube	Майже всі вікові групи людей	YouTube платформа, де існують відео майже на всі теми та для різного віку людей, тож відео повинні бути зосередженими на якості та цікавості, що залучає глядачів. Це означає, що для успішного відео потрібно враховувати інтереси аудиторії.

Продовження таблиці 3.3

1	2	3
Instagram	Люди від 13 до 45 років	Instagram призначений для публікації відео та фото, зазвичай цим цікавляться підлітки та їх батьки. Враховуючи, що підлітки та їх батьки можуть бути вимогливими щодо якості та оригінальності контенту, важливо забезпечувати вміст, який відповідає їхнім потребам та очікуванням.
Веб-сайт	Від 14 до 35 років	Зазвичай веб-сайт використовують підлітки та дорослі середнього віку, для пошуку додаткової інформації. Тож веб-сайт має бути легким для сприйняття та містити актуальну інформацію.
Співпраця	-	Люди, що зацікавлені сферою танців, будуть цікавитись співпрацею танцювальної школи з іншими школами. Так як танець не відноситься до конкретної категорії при перегляді, ця сфера цікавить людей різного віку з різними інтересами.

- Створення хобі групи. Це важливо для того, щоб нові клієнти магі змогу обрати собі групу, тому що є клієнти, які бажають займатися танцями для себе, не беручи участь в різних заходах або конкурсах. Також це розширить цільову аудиторію Dance Centre Artes.

Реалізація цих рекомендацій дозволить "Dance Centre Artes" не тільки зміцнити свої позиції на ринку, але й стати інноваційним та привабливим центром для танцюристів різного віку та рівня підготовки.

Ефективне формування та реалізація маркетингової стратегії є вирішальним чинником успіху Dance Centre Artes на ринку танцювальних послуг. Використання теоретичних знань та практичних аналізів дозволило розробити конкретні рекомендації, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та залучення цільової аудиторії, що є стратегічно важливим у контексті подальшого розвитку компанії.

Висновок

У даній дипломній роботі здійснено комплексний аналіз та розглянуто ключові аспекти формування маркетингової стратегії розвитку Dance Centre Artes на ринку танцювальних послуг. Використовуючи теоретичні основи маркетингу та специфіку ринку послуг, було з'ясовано, що успіх компанії в значній мірі залежить від вміння адаптуватися до змін в конкурентному та маркетинговому середовищах.

У першому розділі роботи визначено сутність та важливість маркетингової стратегії для розвитку компанії на ринку послуг, зокрема в контексті танцювальних послуг. Досліджено специфіку цього ринку, його особливості та тенденції, що є критичними для формування ефективної стратегії розвитку.

Маркетингова стратегія є критично важливим елементом успішного бізнесу, оскільки вона дозволяє перетворювати потенційних клієнтів на постійних та досягати як короткострокових, так і довгострокових цілей компанії. Це детально розроблений план, який охоплює всі аспекти маркетингової діяльності, включаючи розуміння потреб споживачів, вибір ефективних каналів комунікації та розвиток конкурентних переваг.

Аналіз динаміки зацікавленості через інструмент Google Trends показує, що популярність пошукових термінів, таких як "маркетингова стратегія" та "танцювальна студія", змінювалася під впливом економічних криз та пандемії COVID-19. Наприклад, у 2007-2008 роках популярність цих термінів знизилася через глобальну фінансову кризу, а у 2020 році - через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею обмеження. З часом, з послабленням обмежень, популярність танцювальних студій почала відновлюватися.

Статистика пошукових запитів також вказує на різну зацікавленість в цих термінах в різних країнах. Наприклад, в Україні, Канаді та США пошук терміну "танцювальна студія" значно перевищує пошук терміну "маркетингова стратегія", тоді як у Великобританії ці показники більш збалансовані. Це вказує на різні пріоритети та рівні розвитку ринку в цих країнах.

Таким чином, розробка ефективної маркетингової стратегії, що враховує потреби клієнтів та специфіку ринку, є необхідною умовою для успішного розвитку бізнесу, зокрема у сфері танцювальних послуг.

Також дійшли до висновку що, ринок танцювальних послуг має свою специфіку, яка включає унікальні характеристики та умови функціонування. Для успішного розвитку на цьому ринку важливо враховувати маркетингові тренди, такі як реклама в соціальних мережах, оптимізація сайту, використання текстових повідомлень для комунікації та автоматизація процесів. Також варто звертати увагу на макротренди, такі як впровадження інновацій, співпраця з впливовими особами, підтримка різноманіття та інклюзивності, орієнтація на досвід клієнтів, пропонування різноманітних програм і використання технологій для покращення бізнесу.

У другому розділі надано детальну характеристику Dance Centre Artes та її послуг, проведено аналіз конкурентного середовища та маркетингового контексту, що дозволило ідентифікувати переваги та недоліки компанії порівняно з конкурентами та визначити ключові фактори успіху, а конкретніше:

- Провівши аналіз товарної номенклатури я прийшла до висновку, що насиченість товарної номенклатури Dance Centre Artes на Pro та середньому рівні навчання є досить високою.
- Artes прагне збільшити свою частку ринку, тому виставляє невисоку ціну на абонемент. Це привертає клієнтів та допомагає позиціювати школу танцю Artes як привабливу для широкого кола відвідувачів, що може збільшити популярність студії і вплив на ринку танця.
- Dance Centre Artes часто організовує різні заходи та приймає в них участь, як в звичайних або тематичних, так і в благодійних. Ці заходи допомагають не лише підвищити впізнаваність Dance Centre Artes, а й сприяють розвитку колективу та залученню нових клієнтів.

Проведений аналіз конкурентного середовища Dance Centre Artes демонструє, що цей танцювальний колектив є найбільш конкурентоспроможним серед інших аналізованих студій у місті Суми. Dance Centre Artes відзначається

своєю різноманітністю стилів танцю, що є важливим для задоволення потреб різних клієнтів, включаючи як початківців, так і професіоналів. Локалізація студії у житловому районі, близько до центру міста, сприяє зручності учасників.

Одним з ключових конкурентних переваг Dance Centre Artes є його активна присутність у соціальних мережах та YouTube, що сприяє популяризації бренду та привабленню нових клієнтів. Крім того, наявність власного фотографа та відеографа дозволяє створювати високоякісний контент, що підсилює візуальне представлення студії і сприяє формуванню позитивного іміджу.

Не зважаючи на сильні сторони, такі як різноманіття програм і висока активність в соціальних мережах, Dance Centre Artes також має свої недоліки. Наприклад, високі вартості абонементів і пошиття сценічних костюмів можуть створювати бар'єри для деяких клієнтів.

У цілому, завдяки своїм сильним сторонам і вдалій маркетинговій стратегії Dance Centre Artes виходить на лідируючі позиції у ринку танцювальних послуг у Сумах. Проте для подальшого розвитку важливо не тільки зберігати, а й посилювати свої конкурентні переваги, реагуючи на зміни в потребах і вподобаннях клієнтів та підтримуючи високий стандарт якості навчання.

Загрози та можливості, що впливають на Dance Centre Artes, включають економічну нестабільність через війну, яка зменшує кількість клієнтів, змінює витрати на утримання бізнесу та впливає на попит. Основними стейкхолдерами школи є споживачі, конкуренти та постачальники. Споживачі формують основний попит на послуги студії, конкуренти стимулюють покращення якості послуг, а постачальники забезпечують ресурси для діяльності школи.

Dance Centre Artes має значні сильні сторони, такі як висококваліфікований персонал, широкий спектр танцювальних стилів, активна участь у конкурсах та доступні ціни, що забезпечує стійку позицію на ринку. Однак існують і слабкі сторони, як обмеження простору та нестабільність клієнтської бази. Для забезпечення сталого розвитку студії необхідно ефективно

використовувати сильні сторони, реалізувати можливості та мінімізувати слабкі сторони.

Цільова аудиторія танцювальної студії включає дітей, підлітків, молодь та дорослих, причому особливу увагу слід приділяти батькам дітей, підліткам та молоді. Маркетингові стратегії повинні бути адаптовані до потреб та очікувань цих груп, що допоможе збільшити клієнтську базу та забезпечити стійкий розвиток студії.

Загалом, танцювальна студія демонструє гнучкість і адаптивність до викликів, зосереджуючи увагу на соціальних трендах, використанні технологій та активній присутності у соціальних мережах. Це допомагає їй залишатися конкурентоспроможною навіть в умовах економічної та політичної нестабільності.

У третьому розділі розроблені конкретні рекомендації щодо розвитку маркетингової стратегії Dance Centre Artes. Визначено місію, бачення та стратегічні цілі компанії, запропоновано варіанти позиціонування на ринку, вдосконалення продуктової політики, стратегію ціноутворення та комплексний підхід до стратегії просування.

Місії маркетингової стратегії "Dance Centre Artes" включають підвищення впізнаваності бренду, розширення цільової аудиторії, використання цифрових платформ, розвиток стратегічних партнерств, вимірювання ефективності, підтримку та зміцнення репутації, а також створення унікального контенту. Всі ці місії спрямовані на те, щоб зробити колектив відомим та успішним брендом.

Бачення "Dance Centre Artes" полягає в прагненні стати провідним танцювальним колективом, який надихає та об'єднує людей через мистецтво танцю, створюючи вражаючі виступи та навчальні програми.

Щоб підвищити впізнаваність бренду, "Dance Centre Artes" має стати синонімом якості та інновацій у світі танцю. Розширення цільової аудиторії, особливо серед молоді, досягатиметься через активну присутність на TikTok та Instagram, створення цікавого контенту та взаємодію з підписниками.

Стратегічні партнерства з культурними установами, медіа та бізнесами розширяють можливості колективу. Постійний моніторинг та оцінка маркетингових заходів допоможуть оптимізувати стратегію і підвищити її ефективність. Високий рівень виконавської майстерності та позитивні відгуки зміцнять репутацію "Artes". Створення унікального контенту відобразатиме професіоналізм та інноваційний підхід..

TikTok та YouTube є важливими платформами для просування. У TikTok варто викладати танцювальні виклики, поради та смішні моменти з тренувань. Відео на YouTube можуть показувати тренування, виступи, конкурси та благодійні заходи. Instagram дозволить використовувати Stories, Reels та основну стрічку для поширення інформації про колектив, показу відео з виступів і тренувань.

Створення веб-сайту забезпечить зручний доступ до інформації про розклад занять, участь у заходах та активностях. Привабливий дизайн та зручне оформлення тексту зроблять сайт корисним для користувачів.

Співпраця з іншими танцювальними студіями та організаторами заходів підвищить обізнаність про колектив і залучить нових клієнтів. Виступи на престижних заходах покажуть високий рівень колективу, а налагоджені зв'язки в індустрії призведуть до нових можливостей.

Усе це допоможе "Dance Centre Artes" виділитися на тлі конкурентів і стати успішним брендом, який приваблює широку аудиторію та забезпечує довготривалий успіх.

Танцювальний колектив "Dance Centre Artes" має великий потенціал для розвитку та залучення нових клієнтів через впровадження нових послуг та інноваційних підходів. Розширення спектру послуг, включаючи введення нових танцювальних стилів, проведення майстер-класів та семінарів, а також розробка бонусної системи та бренду одягу допоможуть збільшити популярність та престиж студії.

Крім того, створення онлайн-навчання, відкритих уроків, прямих ефірів у соціальних мережах та обміну студентами з іншими країнами сприятимуть

залученню нових клієнтів і зміцненню зв'язків з існуючими. Важливим аспектом також є створення груп для дорослих, що розширить аудиторію студії.

Реалізація цих рекомендацій дозволить "Dance Centre Artes" не тільки зміцнити свої позиції на ринку, але й стати інноваційним та привабливим центром для танцюристів різного віку та рівня підготовки.

Ефективне формування та реалізація маркетингової стратегії є вирішальним чинником успіху Dance Centre Artes на ринку танцювальних послуг. Використання теоретичних знань та практичних аналізів дозволило розробити конкретні рекомендації, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та залучення цільової аудиторії, що є стратегічно важливим у контексті подальшого розвитку компанії.

Список використаних джерел

1. Конкурентне середовище (галузь, конкуренти) - Бібліотека BukLib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/22992/> (дата звернення: 14.06.2024).
2. Маркетингова стратегія | SendPulse. SendPulse. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/marketing-strategy> (дата звернення: 14.06.2024).
3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності товару - Бібліотека BukLib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/37651/> (дата звернення: 25.05.2024).
4. НАРОДНИЙ ХОРЕОГРАФІЧНИЙ КОЛЕКТИВ «ЖИВЧИК» (@dancefamilyjivchick) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/dancefamilyjivchick/> (дата звернення: 25.05.2024).
5. Нестандартні інструменти маркетингу. SlideShare. URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/ss-66797771/66797771> (дата звернення: 25.05.2024).
6. ОСНОВНІ ФАКТОРИ ЗОВНІШНЬОГО МАКРОСЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ | Л А Євчук | Ефективна економіка №1 2009. Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6#:~:text=Поняття%20макросередовища%20визначають%20п'ять,25>]. (дата звернення: 25.05.2024).
7. Танцювальна студія, Суми (@cdstudio_sumy) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: https://www.instagram.com/cdstudio_sumy/ (дата звернення: 25.05.2024).
8. Управління цінovими ризиками - Бібліотека BukLib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/26216/> (дата звернення: 25.05.2024).

9. У Сумах провели благодійний фестиваль на підтримку ЗСУ. Суспільне | Новини. URL: <https://susplne.media/sumy/490423-u-sumah-proveli-blagodijnij-festival-na-pidtrimku-zsu/> (дата звернення: 25.05.2024).

10. Bevor Sie zu YouTube weitergehen. URL: <https://www.youtube.com/@DanceCentreARTES> (дата звернення: 25.05.2024).

11. Clientele | MDCClientele. MDC. URL: <https://www.millenniumdancecomplex.com/clientel> (дата звернення: 14.06.2024).

12. Dance Centre Artes, Суми, вулиця Героїв Крут, 60 ► контакти, відгуки, адреса, карта, телефон, фото - Guide.in.ua. Guide.in.ua. URL: <https://guide.in.ua/business/432368/dance-centre-artes-суми> (дата звернення: 25.05.2024).

13. Dance Centre Artes. D.C.A. Crew "Mind Prisoner" | Top 7 Junior Team Division | World of Dance Kyiv Ukraine 2024, 2024. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YTsndB8iIWQ> (дата звернення: 14.06.2024).

14. Dance_centre_artes. Instagram. URL: https://www.instagram.com/dance_centre_artes/ (дата звернення: 14.06.2024).

15. Effective Dance Studio Marketing Ideas To Find Your Students | Class Manager. Class Manager - £25pm | Simple And Affordable Class Management Software. URL: <https://classmanager.com/fr/blog/dance-studio-marketing/> (дата звернення: 14.06.2024).

16. Google Тренди. Google Тренди. URL: <https://trends.google.com.ua/trends?geo=&hl=uk> (дата звернення: 14.06.2024).

17. Hervin Alvarez. Marketing trends for dance studios in 2023, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3q-YWRmNP78> (дата звернення: 14.06.2024).

18. Macro Trends That Will Affect Your Dance Studio in 2024 - The Studio Director. The Studio Director. URL: <https://www.thestudiodirector.com/blog/macro-trends-that-will-affect-your-dance-studio-in-2024/> (дата звернення: 14.06.2024).

19. Peridance Center. URL: <https://www.peridance.com/about-the-school.cfm> (дата звернення: 14.06.2024).

20. Pineapple Dance Studios - The Home of Dance in London. Pineapple. URL: <https://www.pineapple.uk.com/> (дата звернення: 14.06.2024).
21. Sumy Dance centre artes. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/dancecentreartes/> (дата звернення: 14.06.2024).
22. The 2023 Dance Studio Industry Benchmark Report | Jackrabbit Dance. Jackrabbit Dance. URL: <https://www.jackrabbitdance.com/blog/the-2023-dance-studio-industry-benchmark-report/> (дата звернення: 14.06.2024).
23. Chygryn O., Bilan Y., Kwilinski A. Stakeholders of green competitiveness: innovative approaches for creating communicative system. Marketing and management of innovations. 2020. № 3. С. 356–368. URL: <https://doi.org/10.21272/mmi.2020.3-26>
24. Letunovska, N., Ziabina, Y., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2023). Consumer Behavior and COVID-19: Comparing Purchase Incentives and Ecological Awareness Changes. In E3S Web of Conferences (Vol. 456, p. 01005). EDP Sciences.
25. Lyulyov, O., Chygryn, O., & Pimonenko, T. (2018). National brand as a marketing determinant of macroeconomic stability. Маркетинг і менеджмент інновацій, (3), 142-152.