

**КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ ПОСЛУГ ПЛАВАННЯ ДЛЯ НЕМОВЛЯТ
НА РИНКУ М. ДНІПРОПЕТРОВСЬКА
ЗГІДНО МОДЕЛІ «5 СИЛ» М.ПОРТЕРА**

*Палєхова Л.Л., к.е.н., доцент кафедри маркетингу ДВНЗ «НГУ»,
Канівець Н.М., магістр ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровська, Україна*

Першим закладом, який почав надавати послуги з плавання для немовлят у м. Дніпропетровську, став сімейний центр «Абрикос» у 1998р. На сьогодні в місті функціонує чотири заклади, які надають таку послугу, з яких два заклади державної форми власності (поліклініки Жовтневого та Кіровського районів міста), та два заклади приватної форми власності (сімейні центри «Абрикос» та «Екологія материнства»). Як показали дослідження, ринок плавальних послуг міста є не насиченим, висококонцентрованим та характеризується великою монополізацією галузі. В таких ринкових умовах спортивний клуб «Восход» планує вивести на ринок міста нову послугу – послугу з плавання для немовлят. Виведення нової послуги плавання для немовлят потребує ретельного аналізу з точки зору впливу основних ринкових сил.

Метою статті є визначення виду конкурентної стратегії, якої необхідно дотримуватись згідно моделі «5 сил» М. Портера при виведенні на ринок нової послуги.

Як відомо, модель «5 сил» М. Портера характеризує ринок відповідно аналізу наступних факторів: загроз появи на ринку нових конкурентів, оцінки ринкової влади покупців, оцінки ринкової влади постачальників, наявності послуг-замінників та аналізу рівня конкурентів. Кожен з факторів має свої складові елементи. При дослідженні їх значення було встановлено шляхом експертної оцінки. Експертами виступили 10 фахівців – педіатори дитячих медичних центрів приватної форми власності. Впливовість кожного фактора було встановлено з врахуванням параметрів, які на нього впливали.

Враховуючи специфіку послуги плавання для немовлят, фактор «ринкова влада постачальників» не вивчався, оскільки не вчиняє суттєвого впливу на конкурентну позицію спортивних закладів.

Вивчення показало, що значення показника загрози появи на ринку нових конкурентів є середнім. При тому вивчалися такі параметри, як: відомість торгової марки, вимоги до матеріально-технічної бази, лідерство по витратам тощо. Було встановлено, що такий параметр, як «вимога до матеріально-технічної бази», стійко має високе значення на ринку послуг плавання для немовлят, проте значення показника – «лідерства по витратам» не є значним.

Показник ринкової влади покупців вивчався за такими параметрами: концентрація покупців порівняно з концентрацією фірм, інформованістю покупців, співвідношення ціна-кількість покупців тощо. Було встановлено, що показник ринкової влади покупців має високе значення в основному за рахунок значущості такого параметру, як «співвідношення ціна/ кількість покупців».

Показник наявності послуг-замінників має відносно низьке значення. Послугу з плавання складно замінити будь-якими іншими послугами, зберігаючи всю корисність тренувань для організму немовля.

Дослідження показало, що показник суперництво конкурентів характеризується, в основному, такими параметрами, як ріст галузі, бар'єри на вході на ринок, постійні витрати, диференціація послуг. У цілому показник суперництво конкурентів має середнє значення. Основний вплив на нього грає параметр «ріст галузі», що має досить високе значення, проте, як оказалось, параметр «постійні витрати» не має суттєвого впливу.

Враховуючи результати дослідження щодо можливостей та загроз факторів конкурентоспроможності по моделі «5 сил» М. Портера, було розроблено маркетинговий комплекс компенсаційних заходів щодо просування нової послуги на ринок. Цей комплекс, у першу чергу, спрямований на підготовку ринку (споживача) до сприйняття нової послуги, швидке формування та розширення клієнтської бази.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «НАУТІЛУС»)

*Палєхова Л.Л., к.е.н., доцент кафедри маркетингу ДВНЗ «НГУ»,
Павелко К.О., магістр ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровська, Україна*

Актуальність даної теми характеризується тим, що в ресторанному бізнесі поки пропонується дуже мало послуг з підтримкою, які надають можливості