

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

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
**зі спеціальності 075.маркетинг**  
**за магістерською програмою професійного спрямування**  
**«Стратегічний маркетинг»**

**на тему: «PR в маркетинговій діяльності підприємства розважальних  
послуг»**

**Виконавець:**

студентка 3 групи, 6 курсу  
факультету ЦЗФН  
Немцева Анастасія Андріївна

---

(прізвище, ім'я, по батькові)  
/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., професор  
Литовченко Ірина Львівна

---

(прізвище, ім'я, по батькові)  
/підпис/

## АНОТАЦІЯ

Нємцева Анастасія Андріївна

**«PR в маркетинговій діяльності підприємства розважальних послуг» (на прикладі мережі парків розваг «Планета»)**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «075.маркетинг», за магістерською програмою «Стратегічний маркетинг», Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти PR як інструменту маркетингових комунікацій підприємства – його поняття сутність та цілі, інструменти PR в реальному та віртуальному середовищі, особливості PR-діяльності у сфері розважальних послуг для дітей. Проаналізовано техніко-економічні показники, маркетингову та PR-діяльність мережі парків розваг «Планета» у реальному та віртуальному середовищі. Запропоновані заходи удосконалення PR-діяльності мережі парків розваг «Планета» та розраховано економічну ефективність від запропонованих рекомендацій та заходів.

**Ключові слова:** PR, маркетинг, PR-діяльність, сфера розваг, послуги для дітей.

## ANOTATION

Nemtseva Anastasia Andriyivna

**«PR in the marketing activities of the birth service companies» (for the applications of the Planet Parks)**

Qualification work for the benefit of the light stage of the magician of speciality "075.marketing", for the magician program "Strategic Marketing", Odessa National Economic University. - Odessa, 2019.

Theoretical aspects of PR as an instrument of marketing communicational enterprise - it understands the pimpls and values, the instruments of PR in real and virtual media, the peculiarities of PR-dialnost in the areas of childcare. Technical and economic displays, marketing and PR-dialogue of the Planet parks in the real virtual environment were analyzed. Request for completion of PR-dialogue of Planet parks and economic efficiency of the requested recommendations and visits.

**Keywords:** PR, marketing, PR-dialnyst, sphere of development, services for children.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** На даному етапі розвитку економіки змінився стиль ведення підприємництва у сторону двосторонніх комунікацій із клієнтами. Компанія не може співіснувати в зовнішньому середовищі сама по собі, оскільки на її діяльність впливає думка громадськості - її позитивне або негативне відношення до діяльності компанії та її продуктів або послуг. При даних обставинах основна задача PR як складової маркетингових комунікацій кожного підприємства – сприяти формуванню стабільного іміджу компанії у зовнішньому середовищі та закоріненою позитивного образу підприємства у свідомості кінцевих споживачів товарів або послуг.

**Мета дослідження.** Розробка рекомендацій щодо удосконалення PR-діяльності в системі маркетингу мережі парків розваг «Планета» на основі глибинного аналізу вторинних даних діяльності компанії за перше півріччя 2019 року з моменту ребрендингу а також аналізу PR-діяльності компанії в реальному та віртуальному середовищі.

**Завдання дослідження:**

- розглянути сутність та особливості PR компаній сфери розважальних послуг;
- дослідити особливості регіональних парків мережі, виділити їх відмінні риси; дослідити економічну діяльність аналізованої компанії, частку доходу регіональних парків у загальному об'ємі доходу мережі;
- проаналізувати комплекс маркетингу «7P» мережі парків розваг «Планета», її макро- та мікросередовище;
- дослідити діяльність регіональних конкурентів мереж парків розваг «Планета» у галузі сфери розваг для дітей зі сторони комплексу основних та додаткових послуг, що надаються, з проведеного аналізу виділити позитивні та негативні аспекти в діяльності аналізованої компанії;

- розглянути PR-діяльність мережі парків розваг «Планета» у реальному та віртуальному середовищі, дослідити основний інструментарій, що використовується;

- проаналізувати присутність компанії в Інтернет-середовищі на основі аналітичних даних корпоративного сайту та соціальних мереж;

- на основі аналізу PR-діяльності мережі парків розваг «Планета» виявити основні проблеми роботи та запропонувати напрямки їх вирішення;

- на основі проведеного аналізу PR в маркетинговій діяльності мережі парків розваг «Планета» розробити комплекс рекомендацій та заходів щодо поліпшення даного напрямку діяльності компанії у реальному та віртуальному середовищі з метою залучення додаткових споживачів розважальних послуг, збільшення замовлення дитячих днів народжень, збільшення доходу компанії.

**Об'єкт дослідження.** PR у маркетинговій діяльності мережі парків розваг «Планета».

**Предмет дослідження.** PR-діяльність мережі парків розваг «Планета» в реальному та віртуальному середовищі.

**Методи дослідження.** Дослідження аналізованої компанії на основі отриманих вторинних даних з її діяльності в реальному та віртуальному середовищі з моменту ребрендингу.

**Інформаційна база дослідження.** Наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних і зарубіжних вчених в області PR, статті та монографії з обраної теми, посібники з маркетингу та маркетингових комунікацій, Інтернет-ресурси.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (6 найменувань) та 5-ти додатків. Загальний обсяг роботи становить 171 сторінку. Основний зміст викладено на 97 сторінках. Робота містить 52 таблиці та 52 рисунки.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі надаються теоретичні аспекти PR як інструменту маркетингових комунікацій підприємства - його поняття сутність та цілі, інструменти PR в реальному та віртуальному середовищі, особливості PR-діяльності у сфері розважальних послуг для дітей. У другому розділі автором проводиться аналіз техніко-економічної характеристики, маркетингової та PR-діяльності мережі парків розваг «Планета» у реальному та віртуальному середовищі. У третьому – розроблені заходи удосконалення PR-діяльності мережі парків розваг «Планета» та розраховано економічну ефективність від запропонованих рекомендацій та заходів.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. PR-інструменти за середовищем дії розподіляють на online та offline інструменти (традиційні). До сфери послуг у більшості випадків застосовують PR-інструментарій віртуального середовища. Серед основних можна виділити: корпоративний сайт, розміщення на галузевих новинних сайтах, ведення блогу. Що стосується специфіки об'єкта дослідження, автором було проаналізовано особливості PR в сфері розважальних послуг, охарактеризовано основний та додатковий продукт розважальних послуг, розроблено класифікацію послуги та етапи поведінки споживачів у сфері розваг для дітей.

2. Аналіз техніко-економічної характеристики мережі парків розваг «Планета» показав, що основну частку доходу компанії приносить продаж вхідних квитків до регіональних парків розваг, також значну частку доходу компанії приносить продаж продуктів ресторану. Організаційна структура компанії – функціональна.

3. Комплекс маркетингу аналізованої компанії має вигляд «7P», де основною складовою є «продукт». За результатами SWOT-аналізу, було виявлено, що компанія має багато позитивних сторін та можливостей для розвитку. Основним негативним фактором є те, що даний тип бізнесу є сезонним. На основі PEST-аналізу було встановлено, що основним фактором впливу на компанію зі сторони зовнішнього середовища є політичний, а саме: вимоги до санітарно-гігієнічних норм та норм безпеки у парках розваг. Також важливим є економічний фактор – рівень платоспроможності населення, який в свою чергу прямо впливає на рівень статті витрат населення на розваги.

4. На основі проведеного аналізу було розроблено перелік рекомендацій та ефективних заходів з поліпшення PR-діяльності мережі парків розваг «Планета». Були запропоновані заходи щодо поліпшення PR-діяльності аналізованої компанії за допомогою розробки ефективного плану виїзних заходів. Автором також було запропоновано дизайн елементів фірмового стилю компанії у реальному та віртуальному середовищі, основна мета яких – закорінення позитивного іміджу мережі парків розваг «Планета» у свідомості постійних клієнтів та підвищення рівня впізнаваності компанії. Також були надані рекомендації стосовно налагодження роботи із загальноосвітніми школами для встановлення співробітництва на довгострокову перспективу. В результаті автором запропоновано проведення промо-кампанії до новорічних свят. В Інтернет-середовищі основою налагодження PR-діяльності аналізованої компанії є чіткий список регіональних форумів та сайтів, де можна поширювати інформацію про компанію з метою залучення додаткових користувачів на корпоративний сайт та у соціальні мережі. Розроблені рекомендації у свою чергу принесуть аналізованій компанії додатковий дохід.