

УДК 339.13

**Оксана Уліновська**

**Oksana Ulinovs'ka**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Піняк І. Л.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВАЖАЛЬНОГО БІЗНЕСУ**  
**CHARACTERISTICS THE ENTERTAINMENT BUSINESS**

Культурно-розважальний заклад (КРЗ) – приміщення, що використовується для організації дозвілля населення: проведення концертів, дискотек, розміщення казино, ігрових автоматів тощо. Культурно-розважальний заклад як організація може функціонувати як одна юридична особа чи у формі об'єднання кількох юридичних осіб у відповідності до цивільного законодавства.

Традиційно розважальні центри поділяються на сімейні, дитячі, спортивно-розважальні. Зазвичай розважальний центр, орієнтований на сімейний відпочинок, включає у собі боулінг, кінотеатри, ігрові автомати, ресторанний комплекс. Рентабельність розважального центру сьогодні становить 30-40%. Останніми роками ринок розважальних послуг в Україні змінився, клієнт став вимогливіший до комфорту, якості послуг, культура споживання зростає. Посилення сегментації за цільовими аудиторіями визначило специфіку просування розважальних центрів. У цілому, незважаючи на негативні тенденції впливу світової фінансової кризи, стрімкий розвиток даного ринку обумовив такі важливі особливості:

- підвищення ролі розважального центру в житті населення – аналіз частоти та цілей відвідування розважального центру дозволяє зробити висновок, що РЦ відіграють важливу роль у житті міського жителя економічно активного віку. РЦ став не тільки місцем купівлі необхідних

послуг, а й місцем, куди приходять розважитись і просто провести вільний час;

- підвищення ролі професійного управління. Унаслідок підвищення конкуренції на ринку зросло значення: концепції торгового комплексу, адекватного навколишнього середовища, грамотного управління проектом будівництва та підбору орендарів, ефективної кампанії з виходу РЦ на ринок, що практично неможливо зробити, не залучаючи маркетингових консультантів на всіх етапах реалізації проекту.

У сучасних складних умовах діяльності РЦ досить важливе значення має ефективне управління розважальним центром, підпорядковане основним маркетинговим цілям, серед останніх виділимо пріоритетні:

1) диференціація від конкурентів – виявлення та позиціонування відмінних переваг РЦ по відношенню до конкурентних розважальних об'єктів;

2) підвищення інформованості відвідувачів про РЦ як місця купівлі товарів і послуг відповідної якості та цінового рівня серед представників цільової аудиторії розважального центру;

3) формування позитивного відношення до розважального центру у відвідувачів та орендарів РЦ;

4) формування групи представників цільової аудиторії, лояльних до РЦ (тих, хто не відвідує розважальні комплекси чи відвідує їх досить рідко);

5) розробка та реалізація маркетингових програм спільно з орендарями розважального центру;

6) контроль якості обслуговування покупців за допомогою всіх елементів взаємодії РЦ із відвідувачами (довідкова служба, персонал, охорона тощо);

7) побудова системи обміну маркетинговою інформацією серед орендарів РЦ.