

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Саєнсує М.А.

(підпис)

“ ___ ” _____ 20__ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»

на тему: «Удосконалення маркетингових комунікацій «Смажимо каву в
Одесі»»

(тема кваліфікаційної роботи)

Виконавець:

студент ФМЕ

Гринкевич А.В.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доц..

(науковий ступінь, вчене звання)

Жарська І.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2024

АНОТАЦІЯ

Гринкевич А.В. «Удосконалення маркетингових комунікацій «Смажимо каву в Одесі»»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика».- Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингових комунікацій на підприємстві. Дано характеристику інструментам маркетингових комунікацій та визначено методи оцінки ефективності використання маркетингових комунікацій на підприємстві.

Проаналізовано загальну організаційно-економічну характеристику «Смажимо каву в Одесі»; проаналізовано стан маркетингових комунікацій підприємства.

Запропоновано впровадження бонусної програми та оптимізацію стратегії комунікацій у соціальних мережах та розраховано економічний та комунікативний ефект.

Ключові слова: «Смажимо каву в Одесі», маркетингові комунікації, удосконалення маркетингових комунікацій, оцінка ефективності, кав'ярня.

ANNOTATION

Hrynkevych A.V. «Improvement of marketing communications for «Smazhymo kavu v Odesi»»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing » for the educational program « Marketing and International Logistics ». - Odessa National Economics University. – Odessa, 2024.

The paper examines the theoretical aspects of marketing communications at the enterprise. The characteristics of marketing communications tools are given and the methods of evaluating the effectiveness of the use of marketing communications at the enterprise are defined.

The general organizational and economic characteristics of "Let's roast coffee in Odessa" are analyzed; the state of the company's marketing communications was analyzed.

The introduction of the bonus program and the optimization of the communication strategy in social networks are proposed, and the economic and communicative effect is calculated.

Keywords: «Smazhymo kavu v Odesi», marketing communications, marketing communications improvement, performance evaluation, coffee shop.

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА | 6 |
| 1.1. Сутність та поняття маркетингових комунікацій..... | 6 |
| 1.2. Характеристика основних інструментів маркетингових комунікацій | 13 |
| 1.3. Методи оцінки ефективності використання маркетингових комунікацій на підприємстві | 23 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ «СМАЖИМО КАВУ В ОДЕСІ»..... | 28 |
| 2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика «Смажимо каву в Одесі» | 28 |
| 2.2. Характеристика і оцінка стану маркетингових комунікацій підприємства | 35 |
| 2.3. Оцінка ефективності використання маркетингових комунікацій “Смажимо каву в Одесі” | 51 |
| РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ «СМАЖИМО КАВУ В ОДЕСІ»..... | 61 |
| 3.1. Запровадження бонусної програми на основі мобільного додатку як інструмент підвищення лояльності клієнтів | 61 |
| 3.2. Підвищення ефективності комунікацій кав'ярні шляхом створення контент-плану та редизайну сторінок у соціальних мережах | 71 |
| ВИСНОВКИ | 81 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 83 |

ВСТУП

Актуальність теми зумовлена зростаючою конкуренцією на ринку та швидкими змінами в технологічному середовищі, які вимагають від компаній постійного адаптування своїх маркетингових стратегій. У сучасних умовах успіх підприємства значною мірою залежить від здатності ефективно комунікувати зі своєю цільовою аудиторією, створювати привабливий імідж бренду та забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів. З розвитком цифрових технологій і соціальних мереж з'являються нові канали комунікації, які відкривають додаткові можливості для залучення клієнтів і підвищення їх лояльності. Однак, з цими можливостями приходять і нові виклики, пов'язані з необхідністю постійного моніторингу ринкових трендів, аналізу ефективності різних комунікаційних інструментів та швидкої адаптації до змін у поведінці споживачів. Тема удосконалення маркетингових комунікацій є надзвичайно важливою, оскільки дозволяє дослідити та впровадити новітні підходи, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Ефективна маркетингова комунікація допомагає не лише досягати короткострокових цілей, таких як збільшення продажів, але й забезпечує довгострокову стабільність та зростання, формуючи міцні та довірчі стосунки з клієнтами. Аналіз та вдосконалення маркетингових комунікаційних стратегій є ключовими для забезпечення адаптивності підприємства до зовнішніх змін, що є критичним у динамічному бізнес-середовищі.

Мета дослідження. Метою дослідження є вивчення сучасних методів і підходів до маркетингових комунікацій, аналіз їхньої ефективності та розробка рекомендацій щодо їх оптимізації. Дослідження спрямоване на ідентифікацію слабких місць у поточній стратегії комунікацій підприємства, а також на визначення нових можливостей і напрямків для покращення взаємодії з цільовою аудиторією.

Завдання дослідження:

- Дослідити теоретичні основи маркетингових комунікацій підприємства;
- Розглянути загальну організаційну структуру «Смажимо каву в Одесі»;
- Визначити основних конкурентів підприємства;

- Проаналізувати стан маркетингових комунікацій підприємства;
- Надати пропозиції щодо впровадження бонусної програми для «Смажимо каву в Одесі»;
- Надати рекомендацію щодо підвищення ефективності комунікацій досліджуваного підприємства у соціальних мережах.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є маркетингові комунікації кав'ярні "Смажимо каву в Одесі". Дослідження спрямоване на вдосконалення стратегії маркетингових комунікацій підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності та привертання більшої кількості клієнтів.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти, пов'язані з вивченням та покращенням маркетингової комунікативної діяльності підприємств.

Методи дослідження Дослідження ґрунтується на діалектичному методі пізнання маркетингової діяльності, в якому використовуються методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Інформаційна база дослідження дані статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (45 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 93 сторінки. Основний зміст викладено на 78 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 43 рисунків.

ВИСНОВКИ

Завдяки проведеному дослідженню можна зробити висновки, основні з яких наступні:

1. Теоретичні основи маркетингових комунікацій підприємства базуються на концепції інтегрованих маркетингових комунікацій, яка об'єднує різні інструменти та канали комунікації для створення єдиного, узгодженого повідомлення про бренд або продукт. Ця концепція підкреслює важливість координації та синхронізації всіх маркетингових зусиль, щоб забезпечити послідовність і узгодженість інформації, яка доноситься до споживачів. Основними складовими інструментів маркетингових комунікацій є реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, особистий продаж та стимулювання збуту.

Теоретичні основи також включають моделі комунікаційного процесу, яка описує передачу інформації від відправника до одержувача через канал комунікації з урахуванням можливих перешкод або шумів. У цьому контексті важливою є концепція зворотного зв'язку, яка дозволяє оцінити ефективність комунікаційних зусиль та коригувати їх відповідно до реакцій аудиторії.

2. «Смажимо каву в Одесі» – мережа кав'ярень, що займається обсмажуванням кавових зерен і продажем вже готових кавових напоїв. Основний дохід припадає на продаж готових напоїв, другим йде продаж зерна, далі продаж кондитерських виробів. Згідно з фінансовою звітністю, основна частина витрат припадає на собівартість товарів, а саме на придбання сировини, зарплату працівникам і сплату податків, оренду приміщень тощо. Чистий прибуток за 2023 рік склав 234,3 тис. грн, виторг – 3592,7 тис. грн.

3. Основними конкурентами «Смажимо каву в Одесі» було визначено такі кав'ярні як «Aroma Kava», «Merry Berry», «Lviv Croissant». Досліджуване підприємство отримало найвищі бали під час аналізу конкурентоспроможності по таких показниках як персонал та атмосфера.

4. Стан маркетингових комунікацій досліджуваного підприємства характеризується відсутністю планування і оцінки проведених комунікативних

заходів. При цьому задіяний весь комплекс маркетингових комунікацій, активно використовуються соціальні мережі (Instagram, Facebook).

5. Задля збільшення конкурентоспроможності кав'ярні, залучення нових клієнтів та збільшення лояльності існуючих було запропоновано впровадження бонусної програми на основі мобільного додатку. Зокрема, було описано функціонал такого додатку, його дизайн, вартість створення та вартість просування. Було зроблено прогноз комунікативної ефективності у якому було визначено яким може стати рівень впізнаваності досліджуваного підприємства після впровадження мобільного додатку. У прогнозі економічного ефекту було визначено прогнозований додатковий місячний дохід від впровадження і термін окупності.

6. Для оптимізації комунікаційної стратегії кав'ярні у соціальних мережах, було рекомендовано систематизувати планування комунікативних заходів за допомогою створення контент-плану, що потенційно може допомогти у створенні та оптимізації контенту в соціальних мережах та підвищити активність аудиторії. Також, в рамках цієї систематизації було запропоновано уніфікувати дизайн публікацій у соціальних мережах. Було зроблено прогноз комунікативного ефекту, у результаті чого було визначено можливий рівень зростання залученості й кількості підписників після оптимізації комунікативної стратегії підприємства у соціальних мережах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пахуча Е. Маркетингові комунікації. Конспект лекцій. Харків : Держ. біотехнол. ун-т, 2023. 101 с.
2. Куценко В. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник. Київ : МАУП, 2003. 184 с.
3. Маркетингові комунікації / Н. Попова та ін. Харків : Факт, 2020. 315 с.
4. Норіцина Н. Маркетингова політика комунікацій. Курс лекцій. Київ : МАУП, 2003. 117 с.
5. Софієнко А. Теоретичний маркетинг. Навчальний посібник. Херсон : Книжк. вид-во ФОП Вишем., 2021. 494 с.
6. Куценко В. Маркетинговий менеджмент. Київ : МАУП, 2003. 181 с.
7. Примак Т. Маркетинг. Київ : МАУП, 2004. 228 с.
8. Жарська І.О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи. Одеса, 2016.
9. Шульга Л. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021.
10. Король І. Маркетингові комунікації. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
11. Палига Є. Маркетинг. Підручник. Львів : Укр. акад. друкарства, 2020. 352 с.
12. Храбатин О. Маркетинг. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2014. 284 с.
13. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності. / В.С. Білоус. – К.:КНЕУ, 2005. – 275 с.
14. Середницька Л. Виставково-ярмаркова діяльність у системі маркетингових комунікацій. Економіка і суспільство. 2017. № 13.
15. Бульйонова С. Спонсорство як ефективний інструмент маркетингових комунікацій сучасного українського підприємства. Вісник львів. 2007. № 37. С. 210–213.
16. Громик О. Аналіз сучасного стану кавової індустрії в Україні. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2002. Т. 5, № 2.1.
17. Про Merry Berry. Merry Berry. URL: <https://merry-berry.ua/o-merry-berry/>

18. Про нас. Aroma Kava. URL: <https://aromakava.ua/pro-nas>
19. Франшиза Кав'ярні Aroma Kava. Огляд Бренд Арома Кава. Proriat Franchise. URL: <https://proriat-franchise.com/uk/franshiza-kavyarn-aroma-kava-oglyad-brend-aroma-kava/>
20. Львівські ресторани мережі стали найбільшими в Україні за кількістю закладів. Хмарочос. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2024/01/04/lvivski-restoranni-merezhi-staly-najbilshymy-v-ukrayini-za-kilkisty-zakladiv/>
21. Як працює бонусна програма лояльності?. Skynum. URL: <https://skynum.ua/blog/loyalty-bonus-program> (дата звернення: 02.06.2024).
22. Як оцінити ефективність програми лояльності в ритейлі. PlanoHero.com. URL: <https://planohero.com/uk/blog/customer-loyalty-programs-in-retail/> (дата звернення: 02.06.2024).
23. Скільки коштує розробка мобільних додатків. WEZOM – Київ, Україна. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/skolko-stoit-razrobotka-mobilnyh-prilozhenij> (дата звернення: 02.06.2024).
24. Вартість розробки мобільного додатка: від чого залежить ціна? Ціна мобільних додатків- KitApp. URL: <https://kitapp.pro/uk/cina/> (дата звернення: 02.06.2024).
25. Скільки коштує створити мобільний додаток. WebCase. URL: <https://webcase.com.ua/uk/blog/skolko-stoit-razrobotka-prilozheniya/> (дата звернення: 02.06.2024).
26. ЗАМОВИТИ РОЗРОБКУ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКА ПІД КЛЮЧ. PandaTeam. URL: <https://pandateam.net.ua/razrobotka-mobilnyh-prilozheniy/> (дата звернення: 02.06.2024).
27. Скільки коштує створити мобільний додаток в конструкторі Мо-Apps. Конструктор приложений Мо-Apps | Создание мобильных приложений. URL: <https://mo-apps.com/uk-UA/Price> (дата звернення: 02.06.2024).
28. Компанія UniversalWeb - агенція повного циклу. URL: <https://universalweb.com.ua/about.html> (дата звернення: 02.06.2024).

29. Мобільний додаток - Ціна розробки?. Avada Media. URL: <https://avada-media.ua/ua/stoimost-mob-prilogeniya/> (дата звернення: 02.06.2024).
30. Скільки коштує підтримувати додаток у 2024 році? | Stfalcon. Custom Software Development Company | Stfalcon.com. URL: <https://stfalcon.com/uk/blog/post/cost-to-maintain-an-app> (дата звернення: 02.06.2024).
31. Дизайн Банерів Київ - Ціни 2024, Вартість - Kabanchik.ua. Kabanchik.ua. URL: https://kabanchik.ua/ua/kyiv/category/dyzain-baneriv?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwjeuyBhBuEiwAJ3vuoATOZms-Goobj8wncajMVJYkneEyhvR4xtA63fQKFpiEUHN8tCkWHBoCITUQAvD_BwE (дата звернення: 02.06.2024).
32. Як скласти ефективний контент-план: приклади та поради. textum. URL: <https://textum.com.ua/blog/kak-pravilno-sostavit-kontent-plan/> (дата звернення: 02.06.2024).
33. Кардаш І. Методичні засади визначення ефективності маркетингової діяльності банківської установи. Менеджмент ххі століття: сучасні моделі, стратегії, технології. 2022.
34. Голда Н., Юлія К. Особливості оцінки ефективності маркетингових комунікацій.
35. Вітюк А. Аналіз розвитку ринку кавових напоїв в Україні. Innovation and Sustainability. 2023.
36. Aroma kava (@aroma_kava) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: https://www.instagram.com/aroma_kava/ (дата звернення: 02.06.2024).
37. Merry berry (@merry_berry_cafe) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: https://www.instagram.com/merry_berry_cafe/ (дата звернення: 02.06.2024).
38. Львівські Круасани (@LvivCroissants) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/LvivCroissants/> (дата звернення: 02.06.2024).

39. Смажимо каву в одесі (@roastingcoffee.shop) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/roastingcoffee.shop/> (дата звернення: 02.06.2024).
40. Арома Кава - Мережа кав'ярень по всій Україні. Aroma Kava Ukraine. URL: <https://aromakava.ua/> (дата звернення: 02.06.2024).
41. Головна. MerryBerry. URL: <https://merry-berry.ua/> (дата звернення: 02.06.2024).
42. Lviv Croissants (Lviv croissants) - National Bakery Network. Львівські Круасани. URL: <https://lvivcroissants.com/ua/en/> (date of access: 02.06.2024).
43. Головна. Інтернет-магазин свіжообсмаженої кави. URL: <https://roastingcoffee.shop/> (дата звернення: 02.06.2024).
44. Rigg C., Paris S., Clark S. Best Adobe Photoshop alternatives of 2024. TechRadar. URL: <https://www.techradar.com/best/photoshop-alternatives> (дата звернення: 02.06.2024).
45. Курси Графічного дизайну. Ціни та Відгуки. Abiturients.info. Довідник навчальних закладів. URL: <https://abiturients.info/uk/courses/ukraine/kursy-dizayna/kursy-graficheskogo-dizayna> (дата звернення: 24.06.2024).

