МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту

Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Саєнсус М.А.
_____
(підпис)
“___”_____20___ р.

РЕФЕРАТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»

на тему: **«Розробка політики підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі інтегрованих маркетингових рішень у галузі послуг»**

Виконавець:
студентка 4 курсу
факультету міжнародної економіки
Хачірова Юлія Сергіївна
_____

Науковий керівник:
д.е.н, професор
Саєнсус Марія Анатоліївна
_____

Одеса 2025

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. У сучасних умовах стрімкого розвитку сфери послуг та зростаючої конкуренції підприємства галузі HoReCa (готельного, ресторанного та кейтерингового бізнесу) стикаються з необхідністю постійного вдосконалення підходів до залучення і утримання клієнтів. Щоб зберегти свою ринкову позицію, бізнес має не лише забезпечувати високу якість продукту, але й створювати унікальний споживчий досвід, що формується завдяки продуманим маркетинговим стратегіям.

Особливе місце в цьому контексті займає сегмент кав'ярень, де важливу роль відіграють атмосфера, сервіс, емоційний контакт зі споживачем та сталість комунікації. Сучасний відвідувач очікує не лише смачну каву й десерти, а й цікаву історію бренду, залучення до спільноти, персоналізований підхід.

У такому контексті актуальним постає застосування інтегрованих маркетингових рішень – стратегій, які дозволяють поєднати онлайн- і офлайн-інструменти, забезпечити послідовну комунікацію з клієнтом через різні канали та адаптуватися до змін у поведінці споживача.

Кав'ярня «Львівська майстерня шоколаду» є прикладом успішного бренду, який поєднує якісну продукцію з концептуальною подачею, естетикою простору та емоційним брендингом. Заклад має впізнавану айдентику, сформовану аудиторію та високу лояльність клієнтів. Водночас зростання кількості конкурентів, зміни в поведінці споживачів, економічна нестабільність і нові цифрові виклики вимагають від бізнесу оновлення маркетингових підходів і посилення акценту на інтегровані рішення, що дозволяють залишатися актуальним для різних сегментів цільової аудиторії.

Наукові підходи до вивчення конкурентоспроможності підприємств розглядалися у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Зокрема, відомі дослідження М. Портера, присвячені п'яти силам конкуренції та стратегіям конкурентних переваг; концепції маркетингових комплексів і стратегічного управління, запропоновані Ф. Котлером; а також праці П. Дойла, що аналізують маркетингову цінність і побудову бренду. В українському науковому просторі важливими є напрацювання О. А. Заболотної, А. Ф. Павленка, С. Ф. Покропивного, О. І. Амоші, які досліджують проблематику конкурентоспроможності в умовах трансформаційної економіки та цифрових змін

Окрему увагу слід приділити роботам, присвяченим інтегрованим маркетинговим комунікаціям і цифровим інструментам управління: серед них – дослідження Дж. Блейна, Д. Акакера, Т. Дункана, В. Романенка, І. Литвин. Їхні ідеї є основою для формування практичних рішень, які можуть бути адаптовані до потреб сфери послуг, зокрема до реалій функціонування сучасної кав'ярні.

Метою дипломної роботи є розробка ефективної політики підвищення конкурентоспроможності кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» шляхом впровадження інтегрованих маркетингових рішень.

Для досягнення цієї мети передбачено виконання наступних **завдань**:

1. Дослідити теоретичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємств сфери послуг;
2. Охарактеризувати сутність та інструменти інтегрованих маркетингових рішень;
3. Проаналізувати внутрішнє і зовнішнє середовище діяльності кав'ярні;
4. Здійснити SWOT- і PEST-аналіз кав'ярні;
5. Оцінити рівень конкурентоспроможності кав'ярні;
6. Запропонувати практичні заходи з підвищення конкурентних позицій;
7. Обґрунтувати план реалізації маркетингової програми та оцінити її ефективність.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» як суб'єкта ринку послуг.

Предметом дослідження є процес формування та реалізації інтегрованих маркетингових рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: аналіз і синтез, узагальнення для опрацювання теоретичних джерел; SWOT- та PEST-аналіз для оцінки внутрішніх та зовнішніх чинників; методи порівняльного та стратегічного аналізу для оцінки позицій підприємства; графічні методи та Gantt-діаграми для візуалізації результатів.

Інформаційну базу дослідження склали офіційні дані про діяльність кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду», наукові публікації, статистичні звіти, маркетингові дослідження, інтернет-ресурси та власні спостереження.

Наукова новизна дипломної роботи полягає в узагальненні та систематизації підходів до формування інтегрованої маркетингової політики з урахуванням специфіки галузі послуг, а також в удосконаленні практичного інструментарію підвищення конкурентоспроможності на прикладі реального підприємства – кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду».

Уперше на прикладі цього бренду запропоновано поєднання digital-інструментів у єдину стратегічну систему управління маркетингом, яка адаптована до умов локального українського ринку та сучасних викликів у сфері споживчих послуг. Усі ці компоненти об'єднані в єдину стратегічну систему, адаптовану до специфіки локального ринку.

Додатково розроблено карту ризиків і діаграму Ганта, які дозволяють структурувати реалізацію запропонованих заходів.

Практичне значення роботи. Запропоновані інтегровані маркетингові рішення можуть бути використані в практичній діяльності кав'ярні та інших підприємств сфери обслуговування, зацікавлених у зміцненні конкурентних переваг, розширенні цільової аудиторії, зростанні прибутковості та формуванні лояльного бренду.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг становить 97 сторінок, робота містить 27 таблиць, 13 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі роботи проаналізовано теоретичні засади конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, зокрема, розкрито сутність поняття конкурентоспроможності, визначено ключові чинники її формування, а також охарактеризовано сутність інтегрованих маркетингових рішень як ефективного інструменту стратегічного управління. Порівняння традиційних та інноваційних методів оцінки конкурентоспроможності дозволило визначити сучасні підходи до побудови ефективної маркетингової політики.

У другому розділі проведено всебічний аналіз діяльності обраного підприємства. Було охарактеризовано організаційну структуру, послуги, особливості позиціонування, визначено рівень конкурентних переваг. На основі методик SWOT, PEST, IFAS та GE оцінено внутрішнє та зовнішнє середовище функціонування підприємства. Проведено фінансовий аналіз, побудовано багатокутник конкурентоспроможності, що дозволило візуалізувати порівняльні позиції компанії. Визначено ключові проблемні зони, які потребують вдосконалення у сфері маркетингової діяльності.

У третьому розділі було сформовано комплексну маркетингову стратегію підвищення конкурентоспроможності кав'ярні на основі впровадження інноваційної digital-програми. До її складу увійшли ключові інтегровані маркетингові інструменти: гейміфікація взаємодії, персоналізований email-маркетинг, CRM-система, SMM, SEO-оптимізація, соціально-відповідальний маркетинг, платформи доставки з QR-сервісами, інфлюенс-маркетинг та офлайн-активності, інтегровані в загальну сервісну екосистему бренду.

Також було розроблено покроковий план реалізації кожного компонента з розподілом по місяцях, зазначенням відповідальних осіб та системою контролю за ключовими показниками ефективності (KPI). Сумарний коефіцієнт економічної ефективності склав 2,83, а строк окупності – орієнтовно 4,25 місяця, що свідчить про раціональне використання ресурсів.

Для забезпечення стабільності впровадження здійснено оцінку можливих ризиків і побудовано карту планування заходів у форматі Gantt-діаграми, що дозволяє ефективно управляти впровадженням змін у динамічному бізнес-середовищі.

ВИСНОВКИ

У сучасних умовах високої конкуренції, цифрової трансформації ринку та зростання споживчих очікувань, питання забезпечення сталої конкурентоспроможності підприємства у сфері послуг набуває стратегічної ваги. На прикладі діяльності кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» у дипломній роботі було здійснено комплексне дослідження сутності, чинників і механізмів формування конкурентних переваг з урахуванням галузевої специфіки та сучасних маркетингових підходів.

Загальні висновки дипломної роботи полягають у наступному:

- Конкурентоспроможність у сфері послуг формується комплексом чинників, серед яких ключовими є якість обслуговування, диференціація послуг, брендова впізнаваність та гнучка маркетингова політика;
- Інтегровані маркетингові рішення дозволяють поєднувати традиційні та цифрові канали комунікації для формування унікальної ціннісної пропозиції;
- На основі проведеного аналізу запропоновано ефективну маркетингову стратегію, реалізація якої дозволить підприємству зміцнити позиції на ринку, розширити цільову аудиторію та забезпечити стабільне зростання прибутковості;
- Прогнозований економічний ефект від впровадження інноваційної програми є позитивним, а ризики, пов'язані з її реалізацією, мають прийнятний рівень та підлягають системному моніторингу.

Таким чином, результати дипломної роботи мають практичну цінність для подальшого розвитку кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» та можуть бути використані як модель формування конкурентної стратегії для інших підприємств сфери HoReCa.