

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

(на матеріалах кав'ярні «Starvin Coffee»)

Здобувача вищої освіти
3 курсу, групи ГРС-31зс,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Кусяк
Віти
Василівни

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	5
1.1 Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування підприємств індустрії гостинності	5
1.2 Особливості управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного бізнесу	13
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «STARVIN COFFEE»	28
2.1 Організаційно-економічна характеристика кав'ярні	28
2.2 Діагностика конкурентних переваг кав'ярні	34
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «STARVIN COFFEE»	39
3.1 Формування стратегічного набору підприємства	39
3.2 Підвищення лояльності споживачів до кав'ярні «Starvin Coffee»	41
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
ДОДАТКИ	57

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного теоретичного та практичного дослідження можна зробити наступні висновки щодо управління конкурентоспроможністю підприємства ресторанного бізнесу.

Сучасні умови господарювання характеризуються гострою конкуренцією на ринках, підвищеними вимогами споживачів до якості товарів і послуг, невизначеністю впливу факторів навколишнього середовища. За таких умов знання потреб, побажань і вимог споживачів і їх повне задоволення є унікальною конкурентною перевагою компанії, яку не можуть повторити конкуренти.

У 2019-2021 рр. діяльність «Starvin Coffee» було прибутковим. Найбільший зарібок від послуг «Starvin Coffee» надійшло у 2020 році – 976 тис. грн., у 2021 році порівняно з попереднім роком зменшилось на 19,006% і склало 790 тис. грн., що пов'язано з карантинними обмеженнями, спричиненими впливом COVID-19.

Кав'ярня «StarvinCoffee» має ряд конкурентних переваг, а саме: висока якість кавових напоїв, кав'ярня славиться своїми вишуканими та якісними кавовими напоями. Вони вкладають зусилля в підбір найкращих кавових зерен і використовують професійні методи обсмажування та приготування; розширений асортимент «StarvinCoffee» пропонує широкий вибір кавових напоїв, що задовольняє різні смакові вподобання клієнтів. Вони регулярно оновлюють своє меню, додаючи нові сорти кави та кавові інновації. Створення затишної атмосфери кав'ярня привертає клієнтів своїм естетичним оформленням і затишною атмосферою. Вона надає комфортне середовище для відпочинку і насолоди кавовими напоями. Професійний персонал «StarvinCoffee» має добре навчений і досвідчений персонал, який має високу кваліфікацію у галузі кави. Вони здатні надати професійні консультації щодо вибору кавового напою та враховувати індивідуальні побажання клієнтів. Клієнтоорієнтований сервіс «StarvinCoffee» ставить високу оцінку на задоволення потреб клієнтів і надає

персоналізований підхід до кожного гостя. Вони прагнуть забезпечити високий рівень обслуговування та створити приємний досвід від відвідування кав'ярні.

За результатами проведеного дослідження щодо визначення індексу лояльності споживачів до закладів харчування м. Вінниця можна зробити висновок, що кав'ярні «Starvin Coffee» має високий рівень лояльності споживачів – 58%.

Перш за все, для ефективної реалізації заходів щодо підвищення лояльності різних груп клієнтів необхідно встановити програму автоматизації роботи кав'ярні з функцією CRM – Customer Relationship Management. Це дозволить збільшити кількість клієнтів закладу, автоматизувати управління програмою підвищення лояльності клієнтів, збільшити обсяг послуг, що надаються та підвищити ефективність роботи кав'ярні «Starvin Coffee». Використання додатку Постер збільшить чистий дохід від «Starvin Coffee» надані послуги. на 10%, ефективність заходу становить 68800 грн.

Наступним заходом щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю кав'ярні «Starvin Coffee» на основі клієнтоорієнтованого підходу є розробка програм лояльності для закладу:

- програми лояльності для залучення потенційних споживачів без лояльності;
- програми лояльності для перетворення клієнтів з помилковою лояльністю в клієнтів зі справжньою лояльністю;
- програми лояльності для клієнтів з прихованою лояльністю;
- програми підвищення лояльності клієнтів через реальну лояльність.

Розробка та реалізація програм підвищення лояльності споживачів з різними видами лояльності сприятиме цінovій та емоційній прихильності наявних та потенційних споживачів до кав'ярні «Starvin Coffee».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошкова Н. А. Клієнтоорієнтований сервіс як пріоритетний споживчий запит споживачів підприємства ресторанного господарства у XXI столітті. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. Том 1. С. 14-18.
2. Бовш Л.А. Гопкало Л.М, Расулова А.М. Диверсифікаційний підхід до клієнтоорієнтованого управління діяльністю суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу. *Наукові горизонти*. 2020. Т. 23. № 11. С. 88-100.
3. Булбук Д. М., Діброва Т. Г. Основні засади розробки програми лояльності на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки та управління*. URL: <http://probleconomy.kpi.ua/ru/node/71> (дата звернення: 23.04.2023).
4. Воржакова Ю.П. Використання клієнтоорієнтованого підходу при формуванні конкурентної політики на поліграфічних підприємствах. URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/9012> (дата звернення: 26.02.2023).
5. Глоба М., Черненко М. Основні тенденції ринку кави в Україні. 2020 «B2B MARKETING» URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34591/1/B2B-Marketing-2020_p18-20.pdf (дата звернення: 21.02.2023).
6. Голубовський Р. Клієнтоорієнтованість та як нею скористатись клієнту. URL: <http://blog.golubovsky.com/client-orientation-for-client> (дата звернення: 25.03.2023).
7. Допомога бізнесу. «Як відкрити кав'ярню?» URL: <http://helpbizness.ru/vibir-galuzi-svogo-biznesu-bank-idej/yakvidkritikavyarnyu.html>. (дата звернення: 21.02.2023).
8. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50 % ресторанів вийдуть в онлайн». URL: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/> (дата звернення: 27.02.2023).

9. Зибарева О.В., Воронюк Т.А. Ринок кави в Україні поточний стан та перспективи розвитку. *Економічний форум 2018*. URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgibin/irbis_nbuv/cgii.pdf (дата звернення: 17.04.2023).
10. Інтернет-сторінка кав'ярні «Coffee-iLLi» в мережі Фейсбук URL: <https://www.facebook.com/iLLiCoffee> (дата звернення: 18.03.2023).
11. Кваско А.В., Лавренюк М.М. Потенціал підприємства на основі клієнтоорієнтованого підходу. *Інтелект XXI*. 2013. № 1-2. С. 69-78 [
12. Ковальчук С.В. Клієнтоорієнтованість – сучасне спрямування маркетингової концепції. *Тези доп. IV Всеукр. наук. конф. мол. учен. та студ. «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління»* 4 листопада 2016 р. м. Київ. Київ : КНУТД. 2016. С. 10-11.
13. Комарніцька І.А., Андрушкевич З.М. Клієнтоорієнтованість – сучасний підхід до ведення бізнесу. *Збірник тез доповідей ХХ міжнар. наук.-практ. конф. «Проблеми планування в ринкових умовах»* 28-30 жовтня 2021 р., м. Хмельницький. ХНУ, 2021. С. 7 – 8.
14. Компанія Pro-Consulting. Аналіз ринку продукції для кав'ярень України: кава любить компанію URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-produkcii-dlya-kofeen-ukrainy> (дата звернення: 18.03.2023).
15. Кусяк В.В. Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного бізнесу. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.175. С.142 – 149.
16. Лисюк Т. В., Терещук Т. В., Пак Т. О. Програми лояльності споживачів як перспективний напрям інноваційної діяльності ресторанних підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017, №27. С. 116 – 119.
17. Ларка М. І., Мірошник М. В., Анохін В. А., Олійник І. С. Сучасні тенденції та проблеми розвитку програм лояльності на споживчому ринку. *Вісник НТУ «ХПІ»*, №66. 2013. С. 129 – 137.

18. Малюкіна А.О. Обґрунтування впровадження CRM-системи для удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 1 (1). С. 85 – 90.
19. Матвійчук Т. В., Церклевич В. С., Коломієць О. М. Психологія споживачів кави і компетентність бариста. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2019. № 58. С. 99 – 106.
20. Офіційна Інтернет-сторінка компанії Poster. URL: joinposter.com.ua (дата звернення: 18.03.2023).
21. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 02.02.2023).
22. Олексій Головін. Ресторани та карантин: обмеження та вимоги. Публікації юридичної компанії «ILF». URL: <https://ilf-ua.com/uk/blog/restorani-takarantin-obmezhennia-ta-vimogi/> (дата звернення: 21.03.2023).
23. Пак Я. Промоакції в ресторані: види, цілі и аналіз. FOOD UA. *Продукти Україна*. 2016. № 6. С. 36 – 40.
24. Папенко Л. М. Підходи до визначення поняття «клієнтоорієнтованість» у контексті управління сервісним підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 15. С. 67 – 70.
25. Патлах И.Н. Клієнтоорієнтованість як філософія бізнесу. *Ваш бізнес*. 2011. № 10. С. 24 – 26.
26. Прокопишин О.С., Ковальчук М.С., Коновал М.О. Ринок кави в Україні. Головні тенденції розвитку. *Збірник тез V Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції» 27-28 травня 2021, м. Дубляни*. Дубляни. 2021. С. 82 – 86.
27. Після підписання угоди з ЄС, ринок кави в Україні значно розширився. Новинний портал Vezha. URL: <https://vezha.net.ua/business/pislya-pidpisannya-ugodiz-yes-rinok-kavi-v-ukrayini-znachno-rozshirivsvya/> (дата звернення: 22.02.2023).

28. Пилипенко О. С. Формування програм лояльності споживачів в контексті інноваційного маркетингу вітчизняних підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. С. 139 – 143 (дата звернення: 21.02.2023).
29. Рихліцький В. Ароматний бізнес. Як заробляти на каві різних форматів. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/04/30/673504/> (дата звернення: 01.04.2023).
30. Романчукевич М.Й. Клієнтоорієнтованість як інструмент формування конкурентних переваг компанії. *Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 21. С. 165 – 173.
31. Рябоконт Н.П., Мартінович В. Г. Ринок кавового бізнесу в Україні 2020. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Випуск 21. Частина 2. С. 104 – 107.
32. Рибачук Н. В., Журко Т. О. Формування лояльності споживачів, як одного з основних чинників функціонування аптечної установи. *Ефективна економіка*, №7, 2017. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_7_23 (дата звернення: 01.04.2023).
33. Соколов А.В., Рубан К.А. Клієнтоорієнтованість – основна цінність корпоративної культури сучасної організації. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 22. С. 113 – 115.
34. Татаревська М.С, Савченко Г.О., Татаревська М.С. Управління розвитком персоналу: навчальний посібник. Одеса : Атлант, 2013. 427 с.
35. Устьян О.Ю. Концептуальний підхід до впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємстві сфери розваг і відпочинку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2017. № 2-3 (63-64). С. 61-68.
36. Халіна В., Васильєва Т. Структурно-функціональний підхід до формування клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/118> (дата звернення: 24.02.2023).

37. Чан Т.С., Юдіна Н.В. Стан розвитку ринку кав'ярень в Україні. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/323525357.pdf> (дата звернення: 26.02.2023).
38. Franchising – портал ідеї для бізнесу. «Огляд ринку кав'ярень» URL: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/> (дата звернення: 21.02.2023).
39. Чого очікувати від ринка кави в Україні. Сайт українського виробника кави Gemini. URL: <https://gemini.ua/chogo-ochikuvati-vid-rinka-kavi-v-ukraini/> (дата звернення: 21.02.2023).
40. Як працюватимуть кафе та ресторани: уряд оприлюднив постанову. Матеріали інформаційного агентства «УКРІНФОРМ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3026468-ak-pracuvatimut-kafe-ta-restoraniura-d-opriludniv-postanovu.html> (дата звернення: 24.02.2023).
41. Юрчак Е. В. Особливості формування лояльності споживачів до ресторанного бренду. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3706> (дата звернення: 02.04.2023).

ДОДАТКИ