

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ
МАРКЕТИНГОВІ НАПРЯМКИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Левіна Марі-Ніколь Станіславівна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Левіна М-Н.С. Конкуреноспроможність підприємства та основні напрямки її підвищення.

Кваліфікаційна робота спрямована на дослідження конкуреноспроможності масажного салону «MY BODY» в місті Дніпро та розробку стратегічних заходів для підвищення його конкурентних переваг. У роботі проведено аналіз ринку, SWOT-аналіз та оцінка фінансових показників компанії, на основі яких було запропоновано низку інноваційних заходів. Серед них: впровадження бонусної системи для клієнтів, створення чат-бота для автоматизації взаємодії та зручності запису на послуги, а також відкриття міні-бару з безкоштовними напоями для підвищення рівня комфорту. Запропоновані заходи орієнтовані на покращення клієнтського досвіду, що, в свою чергу, має призвести до підвищення рівня лояльності клієнтів та конкуреноспроможності салону на ринку.

Ключові слова: конкуреноспроможність, SWOT-аналіз, клієнтський досвід, бонусна система, чат-бот, міні-бар, лояльність клієнтів, інноваційні заходи.

SUMMARY

Levina M-N.S. Competitiveness of the enterprise and the main directions of its improvement.

This bachelor's thesis is aimed at studying the competitiveness of the massage salon "MY BODY" in the city of Dnipro and developing strategic measures to increase its competitive advantages. The work includes a market analysis, SWOT analysis and assessment of the company's financial indicators, on the basis of which a number of innovative measures were proposed. Among them: the introduction of a bonus system for customers, the creation of a chat bot to automate interaction and the convenience of signing up for services, as well as the opening of a mini-bar with free drinks to increase the level of comfort. The proposed measures are aimed at improving the customer experience, which, in turn, should lead to increased customer loyalty and the salon's competitiveness in the market.

Keywords: competitiveness, SWOT analysis, customer experience, bonus system, chat bot, mini-bar, customer loyalty, innovative measures.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Поняття та сутність конкурентоспроможності підприємства.....	8
1.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.....	11
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАСАЖНОГО САЛОНУ «MY BODY».....	18
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства.....	18
2.2. Оцінка конкурентоспроможності масажного салону «MY BODY».....	25
2.3. Аналіз ринку, на якому працює масажний салон «MY BODY».....	29
2.4. Сегментування ринку та позиціонування послуг підприємства.....	36
2.5. SWOT-аналіз.....	44
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАСАЖНОГО САЛОНУ «MY BODY»	48
3.1. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства...	48
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	57
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів.....	62
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ДОДАТКИ.....	71

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
2. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
4. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Ю.М. Мануйлович Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64
5. Чумак Л.Ф. Фактори впливу а формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Економіка и управление. - № 1. – 2013. – с. 62-69.
6. Ястремський О.І. Основи теорії економічного ризику / О.І. Ястремський. – К. : —АртЕк, 1997. – 248 с.
7. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання / Л.І. Донець. – К. : ЦУЛ, 2006. – 312 с.
8. Давидова Г. В. Методика кількісної оцінки ризику банкрутства підприємств / Г.В. Давидова, А.Ю. Беліков // Управління ризиком. – 2005. – № 3. – С. 13–20.
9. Вітлінський В.В. Економічний ризик та методи його вимірювання / В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний, О.Д. Шарапов. – К. : КНЕУ, 2000. – 354 с.
10. Камінський А.Б. Економічний ризик та методи його вимірювання / А.Б. Камінський. – К. : Козаки, 2002. – 120 с.
11. Бондаренко А. Л. Поняття конкурентоспроможності підприємства в системі економічних наук – ULR: http://www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/6_84127.doc.htm (дата звернення 21.10.2020).

12. Булесев І. П. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: монографія. Харків, Україна: ВД «ИНЖЕК», 2006. С. 63–91.

13. Дмитренко Н. М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Дніпропетровськ, Україна – 2008. – 20 с

14. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Київ, Україна: Центр навчальної літератури, – 2006. – 384 с.

15. Євчук Л. А. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Миколаїв, Україна, 2010. – 36 с.

16. Павлова В. А. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємств виробників споживчих товарів: автореф. дис.... докт. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». Донецьк, 2006 – 33 с.

17. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теорія, методологія, практика. Тернопіль, Україна: Економічна думка, 2008, – 570 с.

18. Абрамян Е. Глобалізація в сучасному світі / Е.Абрамян // Міжнародна економіка. -2007. - № 5.4-12 с.

19. Офіційний сайт «My body» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://my-body-salon.vercel.app>

20. Instagram «My body» [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.instagram.com/mybody_salonzp?igsh=aDBzengyaXozOW11

21. Масажний салон в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://business-broker.com.ua/blog/masazhnyj-salon-v-ukraini-iak-pochaty-biznes-z-nulia-i-dosiahty-uspikhu/>

22. Ринок індустрії краси [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-industrii-krasoty-analiz-beauty-rynka-v-ukraine-pro-consulting>
23. Артеменко, В.Г. Фінансовий аналіз / Артеменко, В.Г., Белляндір, М.В. .. - М.: ДІС, 2000. - с. 125-132.
24. Білик М.Д. д.е.н., проф. ДВНЗ «КНЕУ ім. В.Гетьмана» Стратегічне управління та стратегії підприємства 2010р. стр 8-9
25. Сутність, ознаки та критерії сегментування ринку [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/тема-3/3-3-сутність-сегментування-ринку>
26. Борисюк І.О., Єрмоєнко А.В. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / Національний авіаційний університет, м. Київ – 2012. – № 33. // [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/409/397>.
27. Волинський Г. Про конкурентні переваги в умовах глобалізації / Г.О.Волинський // Економіка України. - 2007. - № 12.- С. 68-72.
28. Сегментація ринку і позиціонування товарів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://buklib.net/books/35093/>
29. Гальчинський А.С. Ринокні трансформації /А.С.Гальчинській // Економічна теорія. - 2008. - № 1.- С. 3-12.
30. Гапанович О. С. Фактори конкурентоспроможності підприємства / О. С. Гапанович // Управління розвитком. - 2012. - №2. - С. 39-40
31. Гончарук, Т. І. Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості [Текст] / Т. І. Гончарук //Актуальні проблеми економіки. - 2004. - N 2. - С. 130-146.;
32. Єфімова, О.В. Фінансовий аналіз. - М.: Бухоблік, 2002.
33. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. Навчальний посібник для ВНЗ. – К.: ЦУЛ, 2006. – 384 с.
34. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник / І.В. Багорова та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

35. Карпенко А.В. Оцінка системи управління маркетингом на підприємстві // Держава та регіони. – 2007. – №1. – С. 135–136.
36. Котельніков Д.І., Задорожна С.М. Управління конкурентноспроможністю. Навчальний посібник для ВНЗ. – К. : Слово, 2004. – 168 с.
37. Маймескул Д.І. Вплив розвитку приладобудівних підприємств на формування конкурентоспроможності регіону // Матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. – Сімферополь – Севастополь, 2012. – С. 52–54.
38. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. – К. : Скарби, 2002. – 336 с.
39. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Конкурентоспроможність фірми. Навчально-методичний комплекс. – К. : ЦУЛ, 2005. – 112 с.
40. Петрович Й.М. Економіка виробничого підприємництва. – К. : Т-во Знання, КОО, 2002. – 412 с.
41. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентноспроможністю підприємства. – Х. : ІНЖЕК, 2004. – 264 с.
42. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: Підручник. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
43. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
44. Хопчан М.І., Харів П.С., Бойчик І.М., Латиш О.Я. Організація і планування виробництва: Теорія і практика. – Тернопіль: Марком, Нова генерація, 2012. – 256 с.
45. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентноспроможністю підприємства. Навчальний посібник (рек. МОН України). – Х.: ІНЖЭК, 2004. – 264 с.
46. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: Підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
47. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.

48. Прянишников М.М. Стратегічне управління фірмою в кризисних умовах // Дис. канд. екон. наук – М.: 2010 – С. 16.

49. Хопчан М.І., Харів П.С., Бойчик І.М., Латиш О.Я. Організація і планування виробництва: Теорія і практика. Навч. посібник. – Тернопіль: Марком, Нова генерація, 2012. – 256 с.

50. Черников А.А., Стрелкова Л.В. Методи і моделі стратегічного управління підприємством. – 2011. – С. 166–171

51. Фатхутдинов Р.А. Управління конкурентоспроможністю організації. – М.: Вища школа, 2012. – 624 с.

52. Мазур І.І., Шапіро В.Д. Управління якістю: кваліфікація і конкурентоспроможність – М.: Омега-Л, 2006. – 400 с.

53. Левіна М.-Н.С. Канали цифрового маркетингу. В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XVI Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 17 квітня 2025 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2025. (подано до друку).

54. Левіна М.-Н.С. Інфлюенсер у рекламі: переваги та недоліки. В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 18 квітня 2024 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2024. - 146 с.

55. Левіна М.-Н.С. Планування рекламної діяльності. В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XIV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 18 квітня 2023 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. 152 с.

56. Shevchenko, V., Taranenko, I., Yaremenko, S., Mishustina, T., Poprotskyu, O., & Mostova, A. (2022). Trends in Digital Marketing in the Context of Information Society Development. *Postmodern Openings*, 13(2), 448-460. <https://doi.org/10.18662/po/13.2/464>

