

Інтеграція послуг та продуктів у розробленні комплексних рішень для споживачів

Анастасія Шевчук

*здобувачка I курсу, гр. МЕН-24,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: ShevchukAV@krok.edu.ua,
ORCID: 0009-0002-5419-9070*

Ірина Мала

*старший викладач кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-00030773-5336*

Актуальність дослідження. Актуальність теми визначається зростаючою потребою споживачів у комплексних рішеннях, які поєднують продукти та послуги для задоволення їхніх потреб. Інтеграція послуг та продуктів дозволяє компаніям створювати додаткову цінність для клієнтів, підвищувати їхню лояльність та конкурентоспроможність на ринку.

Мета дослідження. Метою дослідження є аналіз процесу інтеграції послуг та продуктів у розробленні комплексних рішень для споживачів, а також визначення основних факторів, що впливають на успішність таких рішень.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є інтеграція платіжних систем у додаток для замовлення таксі.

Предметом дослідження є особливості розроблення та впровадження комплексних рішень для споживачів, що поєднують продукти та послуги.

Основний матеріал. Інтеграція послуг та продуктів є важливим аспектом сучасного бізнесу. Вона дозволяє компаніям створювати комплексні рішення, які задовольняють різноманітні потреби споживачів. Наприклад, компанії, що надають послуги з обслуговування техніки, можуть пропонувати також продаж запчастин та аксесуарів. Це дозволяє клієнтам отримувати всі необхідні послуги та продукти в одному місці, що підвищує їхню задоволеність та лояльність.

Приклад інтеграції послуг. Інтеграція платіжних систем у додаток для замовлення таксі. Уявіть, що для оплати таксі вам потрібно: увійти в онлайн-банкінг, ввести реквізити для оплати, оплатити, надіслати чек і лише тоді викликати машину. Натомість завдяки інтеграціям платіжних провайдерів, таких як Solidgate, оплата за машину відбувається через Apple Pay, без переходу в інші продукти [1]. Це дозволяє користувачам здійснювати оплату швидко та зручно, без зайвих дій. Комплексні рішення, що поєднують продукти та послуги, забезпечують компаніям конкурентні переваги. Стратегічна інтеграція дозволяє бізнесам: задовольняти різноманітні потреби споживачів, пропонуючи не лише товар, але й супутні послуги (обслуговування, консультації тощо); створювати нові бізнес-моделі, які можуть включати підписки або пакети послуг; підвищувати лояльність споживачів завдяки комплексним пропозиціям, які покривають більше аспектів їхнього життя.

Переваги такої інтеграції:

- Зручність для користувачів. Клієнти можуть здійснювати оплату безпосередньо в додатку, що економить час та знижує кількість необхідних дій.
- Підвищення лояльності. Зручність використання додатку сприяє підвищенню задоволеності клієнтів та їхній лояльності до бренду.
- Ефективність бізнесу. Інтеграція платіжних систем дозволяє компанії зосередитися на основних бізнес-процесах, делегуючи другорядні завдання стороннім сервісам¹.

Методологія дослідження. У роботі використовувалися загальнонаукові принципи пізнання економічних явищ - діалектичний, конкретно-історичний, системний та ін. Підходи, що дозволили розглянути досліджувані явища і процеси в розвитку, виявити протиріччя, співвіднести сутнісні характеристики і форми їх прояву. Використовувалися і такі методи, як аналіз, синтез, дедукція та індукція, моделювання досліджуваних процесів шляхом опису, зіставлення, порівняння.

Етапи та результати дослідження.

На першому етапі дослідження здійснювали аналіз наукових джерел, щодо визначення основ поняття інтеграції послуг та продуктів, етапи їх розробки, відмінності від таких понять, як фіча та делегування функцій. Здійснили аналіз сенсорного маркету, його впливу, а також впливу кольорової гамми на сприйняття інтегрованих рішень.

На другому етапі дослідження нами була проаналізована діяльність компаній, що використовують інтеграцію платіжних систем, їх фінансовий стан, структура управління, та регіональне представництво. Фінансовий стан компаній змінювався, лише в напрямку збільшення капіталу. В період з 2016 по 2020 рік чистий дохід від реалізації зріс на 43,57%^[2].

Нами було з'ясовано, що компанії, що використовують інтеграцію платіжних систем, володіють асортиментом послуг, які складаються з різних найменувань, але їх глибина характеризується великим різноманіттям товарів різного відсотку жирності та клієнтоорієнтованості.

Одною із компаній, на яку ми акцентуємо увагу, є Solidgate. Компанія інвестує лише в її розвиток та підтримання іміджу виробника якісних послуг. Такі послуги, як інтеграція платіжних систем, відносяться до категорії послуг, які обирають за звичкою, іноді навіть не думаючи, що споживач робить в даний момент. Solidgate позиціонує себе як компанія, що надає якісні послуги, які є корисними для покупців та зручними. Яскравий дизайн інтерфейсу привертає увагу покупців. Хоча оцінивши послуги на ринку, помітити їх більш складно ніж інші через використання білого кольору як основного, але як покупець, який знає по що прийшов, він зможе помітити та скористатися послугами даної компанії¹.

Також зазначимо, що дизайн інтерфейсу Solidgate містить важливу інформацію про послуги, таку як поживна цінність, інгредієнти та поради щодо використання. В 2022 році компанія внесла зміни в позиціювання та сприйняття

інтерфейсу й переробила сторону, де вказані складники, поживна цінність тощо, щоб зробити їх більш привабливими, наголошуючи, що це їх передня сторона інтерфейсу [3]. Таким чином компанія говорить про те, що в них завжди свіжа та якісна продукція. Solidgate веде активну діяльність в соціальних мережах Instagram, Facebook, демонструючи там способи використання послуг даної компанії.

Інтеграція послуг і продуктів вимагає використання сучасних технологій:

- Платформи для управління даними: Необхідно мати системи, які дозволяють збирати та аналізувати дані про споживачів, їхні вподобання та поведінку.
- Автоматизація процесів: Застосування програмного забезпечення для автоматизації обслуговування клієнтів, управління запасами та інших бізнес-процесів.
- IoT та аналітика: Використання Інтернету речей для моніторингу продуктів у реальному часі та вдосконалення надання послуг.

Для реалізації інтеграції послуг і продуктів необхідно оптимізувати внутрішні процеси:

- управління ланцюгами постачання: забезпечення безперервності постачання та своєчасності обслуговування;
- створення крос-функціональних команд з різних відділів (маркетинг, продажі, сервіс), які будуть працювати над комплексними рішеннями.

Бізнесам потрібно бути готовими до змін у попиті та ринкових умовах, що може вимагати швидкої адаптації продуктів і послуг.

Висновок: Інтеграція послуг і продуктів у розробленні комплексних рішень для споживачів є складним, але необхідним процесом для сучасних компаній. Він вимагає стратегічного підходу, технологічних інновацій, адаптації маркетингових стратегій, уваги до потреб споживачів та оптимізації внутрішніх процесів. Успішна інтеграція може призвести до значного зростання конкурентоспроможності та задоволеності клієнтів.

Ключові слова: інтеграція послуг і продуктів, лояльність, конкурентоспроможність, задоволеність споживачів.

Список використаних джерел

1. Що таке продуктові інтеграції та як їх використати у власному бізнесі. URL: <https://ain.ua/2024/01/11/shho-take-produktovi-integracziyi/> (дата звернення 06.04.2025).
2. Мариненко Н., Кутко Т. Сутність і становлення концепції «управління ланцюгом постачання». *Galician economic journal*, No 3 (88) 2024. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46229/2/GEJ_2024v88n3_Marynenko_N-supply_chain_management_113-121.pdf (дата звернення 06.04.2025).
3. Розроблення та доставка інтегрованих рішень для споживачів у ланцюзі постачання. URL: [Шевчук.А.В_МЕН-24_IP.1.docx](#) (дата звернення 06.04.2025).