

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«БРЕНДИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ЗАВОЮВАННЯ ТА УТРИМАННЯ ПОКУПЦЯ»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Малкович Дмитро Дмитрович

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

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Малкович Д.Д. Брендинг як ефективна технологія завоювання та утримання покупця.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню маркетингового середовища та його впливу на діяльність підприємства. У роботі розглянуто внутрішні та зовнішні аспекти маркетингового середовища на прикладі компанії «Укрпошта». Проведено аналіз ключових тенденцій ринку поштових послуг в Україні, визначено фактори, що впливають на діяльність компанії. Запропоновано та обґрунтовано заходи щодо формування брендингу АТ «Укрпошта». Робота включає в себе висновки та рекомендації щодо покращення конкурентоспроможності підприємства на ринку поштових послуг. Результати дослідження можуть бути використані для практичної реалізації стратегічних завдань АТ «Укрпошта».

Ключові слова: маркетингове середовище, поштові послуги, брендинг.

SUMMARY

Malkovich D.D. Branding as an effective technology for acquiring and retaining a customer.

The Master's thesis is devoted to the study of the marketing environment and its impact on the enterprise's activities. The paper examines the internal and external aspects of the marketing environment using the example of the JSC Ukrposhta. The analysis of the key trends of the market of postal services in Ukraine was carried out, and the factors affecting the company's activity were determined. Measures to form the branding of JSC Ukrposhta. The work includes conclusions and recommendations on improving the company's competitiveness in the postal services market. The results of the research can be used for the practical implementation of the strategic tasks of the JSC Ukrposhta.

Keywords: marketing environment, postal services, branding.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Визначення основних понять брендингу.....	9
1.2. Існуючі стратегії просування бренду.....	13
1.3. Переваги застосування брендингу щодо завоювання та утримання споживача	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АТ «Укрпошта»	25
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства	25
2.2. Огляд основних тенденцій ринку.....	30
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	33
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	33
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз.....	38
2.4. Сегментування ринку та позиціонування послуг.....	42
2.5. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства.....	47
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДИНГУ АТ «Укрпошта» ЯК ЕФЕКТИВНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАВОЮВАННЯ ТА УТРИМАННЯ ПОКУПЦЯ.....	50
3.1. Розробка ідеї брендингу підприємства.....	50
3.2. Основні етапи реалізації брендингу АТ «Укрпошта».....	52
3.3. Бюджет і оцінка ефективності запропонованих заходів	58
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТКИ.....	77