

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING**

BACHELOR'S THESIS

on the topic

**“COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AND
THE MAIN DIRECTIONS OF ITS IMPROVING”**

Completed: 4th year student, group MG-20eng

Speciality 075 Marketing

Chebanova I.A.

Supervisor: Taranenko I.V., Doctor of Economics, Prof.

Dnipro, 2024

АНОТАЦІЯ

Чебанова І.А. Конкурентоспроможність підприємства та основні напрями її підвищення.

В бакалаврській кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи конкурентоспроможності підприємства, здійснено оцінку конкурентоспроможності ТОВ «П'ятихатський завод металургічних сумішей» в умовах визначеного маркетингового середовища, а також запропоновано напрями для її підвищення. Проведено комплексний аналіз ринку продукції ТОВ «П'ятихатський завод металургічних сумішей», оцінку конкурентів, сегментацію ринку, визначення цільових сегментів та позиціонування продукту. Враховуючи специфіку продукції підприємства та конкурентні умови, запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу. Рекомендовано проводити маркетинговий аудит діяльності власними силами двічі на рік, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, методи оцінки конкурентоспроможності, маркетинговий аналіз, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, маркетинговий аудит, підвищення конкурентоспроможності.

SUMMARY

Chebanova I.A. Competitiveness of the enterprise and the main directions of its improvement.

The bachelor's thesis examines the theoretical and methodological foundations of enterprise competitiveness, evaluates the competitiveness of LLC "Pyatikhatsky Plant of Metallurgical Mixtures" in the defined marketing environment, and proposes directions for its improvement. A comprehensive analysis of the product market for LLC "Pyatikhatsky Plant of Metallurgical Mixtures" was conducted, including competitor analysis, market segmentation, identification of target segments, and product positioning. Given the specifics of the company's products and competitive conditions, the implementation of a product model for organizing the marketing department was proposed. It is recommended to conduct a marketing audit twice a year by the company's own efforts, which will enhance the competitiveness of the company in the market.

Keywords: enterprise competitiveness, competitive advantages, methods for assessing competitiveness, marketing analysis, PEST analysis, SWOT analysis, marketing audit, enhancing competitiveness.

CONTENTS

INTRODUCTION	6
PART 1	8
THEORETICAL FOUNDATIONS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS	8
1.1. Essence of enterprise competitiveness and competitive advantages.....	8
1.2. Methods for assessing enterprise competitiveness.....	12
1.3. Approaches to enhancing enterprise competitiveness.....	16
PART 2	21
EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF THE LLC «PYATIKHATSKY PLANT OF METALLURGICAL MIXTURES» IN THE DEFINED MARKETING ENVIRONMENT	21
2.1. Comprehensive Analysis of the Product Market for LLC “Pyatikhatsky Plant of Metallurgical Mixtures”	21
2.2. Analysis of competitors and evaluation of enterprise competitiveness.....	28
2.3. Market segmentation, identification of target segments, and product positioning...41	
2.4. Analysis of the macro-environment. PEST analysis.....	55
2.5. SWOT analysis	60
PART 3	66
DIRECTIONS FOR ENHANCING ENTERPRISE COMPETITIVENESS.....	66
3.1. Marketing research of consumer needs to identify directions for increasing competitiveness	66
3.2. Development of measures to increase competitiveness. Marketing budget.....	77
3.3. Evaluation of competitiveness after the implementation of proposed measures.....	84
CONCLUSION	95
REFERENCES	98
APPENDICES	104

REFERENCES

1. Michael E. Porter. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 1980. 396 pages.
2. Determinants of national foundational competitiveness. ResearchGate. [Online] Available at: https://www.researchgate.net/figure/Determinants-of-national-foundational-competitiveness_fig1_236903847.
3. Grant, Robert M. *Contemporary Strategy Analysis*. 8th edition. John Wiley & Sons, 2013. 512 pages.
4. Barney, Jay B., Hesterly, William S. *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. 5th edition. Pearson Education, 2014. 384 pages.
5. Christensen, Clayton M., Raynor, Michael E. *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*. Harvard Business Review Press, 2013. 320 pages.
6. Porter, Michael E. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990. 896 pages.
7. Schwab, Klaus. *The Global Competitiveness Report 2019*. World Economic Forum, 2019.
8. Teece, David J., Pisano, Gary, Shuen, Amy. *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No. 7, 1997, pp. 509-533.
9. Prahalad, C. K., Hamel, Gary. *The Core Competence of the Corporation*. *Harvard Business Review*, Vol. 68, No. 3, 1990, pp. 79-91.
10. Collins, Jim. *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't*. HarperBusiness, 2001. 320 pages.
11. Aaker, David A. *Building Strong Brands*. New York: Free Press, 1996. 380 pages.
12. Kim, W. Chan, Mauborgne, Renée. *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press, 2015. 256 pages.

13. Barney, Jay B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, 1991, pp. 99-120.
14. Mahoney, Joseph T., and Pandian, J. Rajendran. "The Resource-Based View within the Conversation of Strategic Management." *Strategic Management Journal*, Vol. 13, No. 5, 1992, pp. 363-380.
15. Porter, Michael E. "What is Strategy?" *Harvard Business Review*, November-December 1996, pp. 61-78.
16. Pickton, David W., Wright, Sheila. What's SWOT in Strategic Analysis? *Strategic Change*, Vol. 7, No. 2, 1998, pp. 101-109.
17. Yüksel, İhsan. Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis. *International Journal of Business and Management*, Vol. 7, No. 24, 2012, pp. 52-66.
18. Strategies to Improve Competitiveness (VDV, 1997). URL: Strategies to Improve Competitiveness Strategies to Improve Competitiveness (VDV, 1997). [Online] Available at: https://www.researchgate.net/figure/Strategies-to-improve-competitiveness-VDV-1997_tbl2_237112583
19. Grant, Michael A., Ireland, R. Duane, Hoskisson, Robert E. "Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization." 12th edition, Cengage Learning, 2016. 960 pages.
20. Barney, Jay B., Hesterly, William S. "Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts." 6th edition, Pearson, 2018. 480 pages.
21. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. "Marketing Management." 15th edition, Pearson, 2016. 832 pages.
22. Christensen, Clayton M., Raynor, Michael E., McDonald, Rory. "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail." *Harvard Business Review Press*, 2016. 336 pages.
23. Competitor Market Research Analysis [Online] Available at: <https://www.djsresearch.co.uk/glossary/item/Competitor-Market-Research-Analysis>

- 24.7 Competitor Analysis Frameworks To Give You an Edge [Online] Available at:
<https://www.similarweb.com/blog/research/market-research/competitor-analysis-frameworks/>
25. Competitor Analysis [Online] Available at:
<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/marketing/customer-driven-marketing-strategy/competitor-analysis/>
26. Науково-виробнича фірма СВК [Online] Available at:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/20257936/
27. Тов «Інвент груп» [Online] Available at: <https://opendatabot.ua/c/33320092>
інвент груп
28. Науково-виробниче об'єднання Нікос [Online] Available at:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/30740752/ нікос
29. Баркор-Ойл [Online] Available at:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/37439067/ баркор
30. Telegram OpenDataUABot [Online] Available at:
https://telegram.me/OpenDataUABot?start=source_c-info_37439067
31. What is Market Research and Competitive Analysis? [Online] Available at:
<https://280group.com/what-is-product-management/skills/market-research-competitive-analysis/>
32. 7 steps to conduct a competitive market analysis [Online] Available at:
<https://miro.com/blog/competitive-market-analysis/>
33. П'ятихатський завод металургійних сумішей [Online] Available at:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/36722828/
34. SWOT analysis: Examples and templates [Online] Available at:
<https://asana.com/resources/swot-analysis>
35. PEST Analysis Ultimate Guide: Definition, Template, Examples [Online]
Available at: <https://pestleanalysis.com/pest-analysis/>
36. Marketing research: Definition, steps, uses & advantages [Online] Available at:
<https://www.questionpro.com/blog/marketing-research/>

37. How does market research for association's leads to better decision-making.
[Online] Available at: <https://www.yourmembership.com/blog/marketing-research/>
38. The Role of Market Research in Developing a Strong Marketing Strategy – part 1
[Online] Available at: https://tkwresearch.com.au/knowledge_box/the-role-of-market-research-in-developing-a-strong-marketing-strategy-part-1/
39. Anderson, James C., Narus, James A., Narayandas, Das. "Business Market Management: Understanding, Creating, and Delivering Value." Pearson Education, 2008.
40. Seebacher, Uwe G. "B2B Marketing: A Guidebook for the Classroom to the Boardroom." Springer, 2021.
41. Webster Jr., Frederick E. "Industrial Marketing Strategy." John Wiley & Sons, 1995.
42. Drucker, Peter F. "The Practice of Management." Harper & Row, 1954. 404 pages.
43. Ries, Al, and Trout, Jack. "Positioning: The Battle for Your Mind." 20th Anniversary Edition, McGraw-Hill, 2000.
44. Збірка «Majesty of marketing XIX міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених». Inesa Chebanova: Emotional competitiveness in contemporary marketing
45. Levitt, Theodore. "Marketing Myopia." Harvard Business Review, July-August 1960, pp. 45-56.
46. Keller, Kevin Lane. "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity." 4th edition, Pearson, 2012.
47. Grant, Michael A., Ireland, R. Duane, Hoskisson, Robert E. "Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization." 12th edition, Cengage Learning, 2016.
48. Sengupta, Subroto. "Brand Positioning: Strategies for Competitive Advantage." Tata McGraw-Hill Education, 2005.
49. Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. Стратегічна роль інтегрованих маркетингових комунікацій в інноваційній діяльності підприємств. В кн.:

Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі: монографія [Ромат Є. В., Wiktor J., Bajak M., Sobura J., Sanak-Kosmowska K., Багорка М.О., Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. та ін.]; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ: Студцентр, 2022. - 212 с.

50. Мостова А.Д., Тараненко І.В., Щолокова Г.В. Ukrainian electronic commerce: current trends and development prospects in the conditions of Ukraine's integration into the EU digital single market. В кн.: The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine (2023). (Eds. N. Letunovska, L. Saher, A. Rosokhata). Szczecin: Centre of Sociological Research. 645 p.
51. Щолокова Г.В., Тараненко І.В. Особливості комунікації у цифрову добу: етикет у соціальних мережах. В кн. Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph. Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw, Zofia Zamenhof Foundation, 2023. PP. 278 - 284.
52. Мостова А.Д., Тараненко І.В., Щолокова Г.В. Цифрова трансформація бізнесу і суспільства: роль цифрових навичок. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (41) 2023. С 51-57.
53. Шевченко В.М., Тараненко І.В., Яременко С.С., Хріпко Д.О. Конкурентний бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства. Агросвіт. № 18, 2023. С. 43-50.
54. Тараненко І.В., Мілютін О.О., Щолокова Г.В., Яременко С.С. Створення портрету споживача для вибору ефективних каналів маркетингової комунікації. Ефективна економіка. № 3, 2023. Електронне видання. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1267>.
55. Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. Стратегічні інноваційні орієнтири маркетингової комунікаційної діяльності підприємств країн ЄС та України. Нобелівський вісник №1 (56), 2021. С. 92-106.

- 56.Тараненко І.В., Кулеба О.О., Яременко С.С. Глобальне макросередовище функціонування підприємств трубної промисловості у складі металургійного комплексу України. Академічний огляд. 2019. № 2 (51). С. 102-118.
- 57.Тараненко І.В. Механізми реалізації глобальних стратегій інноваційної конкурентоспроможності. Економічний простір: зб. наук. пр. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2019. №141. С. 113-126.
- 58.Тараненко І.В. Стратегічні інструменти забезпечення інноваційної конкурентоспроможності підприємства в глобальному середовищі. Європейський вектор економічного розвитку: зб. наук. пр. – Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля, 2018. Вип. 2 (25). С. 110 –122.
- 59.Тараненко І.В., Лимонова Е.М., Ключник Р.М. Конкурентні бізнес-стратегії підприємств країн ЄС в умовах економічної нестабільності. Академічний огляд, 2024, №2 (61).
- 60.Shevchenko V., Taranenko I., Yaremenko S., Mishustina T., Poprotskyu O., Mostova A. Trends in Digital Marketing in the Context of Information Society Development. *Postmodern Openings*, 2022, 13(2), 448-460.
- 61.Hurzhyi, N., Mishustina, T., Kulinich, T., Dashko, I., Harmider, L., & Taranenko, I. The Impact of Innovative Development on the Competitiveness of Enterprises. *Postmodern Openings*, 2021, 12(4), 141-152.
- 62.Iryna Taranenko, Valentyna Chychun, Olha Korolenko, Iryna Goncharenko, Iryna Zhuvahina. Management of the Process of E-Commerce Development in Business on the Example of the European Union. *Studies of Applied Economics* Vol. 39, No 5, 2021. URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4911>
- 63.Horiashchenko, Y., Taranenko, I., Yaremenko, S., Shevchenko, V., Mishustina, T., & Klimova, I. Integrated System of Enterprises' Innovative Development Management Under the Conditions of Post-Fordism. *Postmodern Openings*, 2021, 12 (3Sup1), p. 45-60.