

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРОДУКЦІЇ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Фалюш Єлизавета Миколаївна

ПІБ

Керівник: Мостова А.Д., д. е. н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Об'єкт дослідження – конкурентоспроможність продукції підприємства.

Мета роботи – визначення теоретичних аспектів маркетингових досліджень конкурентоспроможності та визначення шляхів її підвищення; аналіз господарської діяльності ТОВ «Нова Пошта» та розробка маркетингових заходів для підвищення конкурентоспроможності.

Методи дослідження – аналіз, SWOT-аналіз, маркетингові дослідження, економічний аналіз.

Результати роботи – розкрито основні поняття та підходи до визначення конкурентоспроможності продукції, розроблено стратегії та інструменти підвищення конкурентоспроможності. Проведено аналіз господарської діяльності ТОВ «Нова Пошта», включаючи характеристику, аналіз ринку, позиціонування та SWOT-аналіз. Розроблено проект маркетингових заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Рекомендації – використання розроблених маркетингових заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Нова Пошта».

Перелік ключових слів: конкурентоспроможність, маркетингові дослідження, ТОВ «Нова Пошта», SWOT-аналіз, економічна ефективність.

SUMMARY

The object of research is the competitiveness of the enterprise's products.

Purpose of the study - to determine the theoretical aspects of marketing research of competitiveness and identify ways to improve it; analysis of the economic activities of «Nova Poshta» LLC and development of marketing measures to improve competitiveness.

Research methods - analysis, SWOT-analysis, marketing research, economic analysis.

Results - the basic concepts and approaches to determining the competitiveness of products are revealed, strategies and tools for increasing competitiveness are developed. An analysis of the economic activities of Nova Poshta LLC, including characterization, market analysis, positioning and SWOT analysis, was carried out. A project of marketing measures to increase the competitiveness of products has been developed.

Recommendations - the use of the developed marketing measures to improve the competitiveness of products of LLC «Nova Poshta».

Keywords: competitiveness, marketing research, LLC «Nova Poshta», SWOT-analysis, economic efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	11
1.1. Основні поняття та підходи до визначення конкурентоспроможності продукції	11
1.2. Стратегії та інструменти підвищення конкурентоспроможності продукції	18
1.3. Організація маркетингових досліджень на підприємстві	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НОВА ПОШТА»	26
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «НОВА ПОШТА»	26
2.2. Аналіз ринку на якому працює компанія ТОВ «НОВА ПОШТА»	31
2.3. Позиціонування та сегментування послуг компанії	36
2.4. SWOT-аналіз господарської діяльності ТОВ «НОВА ПОШТА»	41
2.5. Маркетингові дослідження на підприємстві ТОВ «НОВА ПОШТА»	43
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «НОВА ПОШТА» ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ	47
3.1. Проект дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «НОВА ПОШТА»	47
3.2. Результати дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «НОВА ПОШТА» та пропозиції щодо її підвищення	53
3.3. Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів	57

ВИСНОВКИ

62

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

65

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дудла І.О Товарознавчі аспекти маркетингу [для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Центр учбової літератури, 2011. 224 с.
2. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток. НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. Х.: ІНЖЕК, 2008. 59 с.
3. Іляшенко А. Х. Необхідність, передумови й умови використання блочно-модульних структур маркетингу. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2014. №8. С. 103-106.
4. Каркунова К. Аналіз українських служб доставки. URL: <https://horoshop.ua/blog/obzor-ukrainskikh-sluzhb-dostavki/>.
5. Кирчата І. М., Поясник Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія: Вид-во ХНАДУ, Харків, 2009. 120 с.
6. Клімова І. Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво* 2013. №5. С. 115-118.
7. Князева О. А. Стратегічні напрямки розвитку поштового зв'язку України. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 88–97.
8. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2003. 155 с.
9. Кулиняк Ю. І. Проблеми визначення сутності конкурентної стратегії організації. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2011. 240 с.
10. Лозинський І.Є. Конкурентоспроможність та конкурентна перевага: економічний зміст і характер взаємозв'язку. *Економіка і регіон*. 2012. С. 55-65.
11. Матвеев В.В. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства. *Інтелект XXI*. 2014. С. 23-34.
12. Найпопулярніші служби доставки серед українського e-commerce – опитування horoshop.ua. URL: [https://retailers.ua/news/partneryi/8174-samyie-](https://retailers.ua/news/partneryi/8174-samyie)

populyarnyie-slujbyi- dostavki-sredi-ukrainskogo-e-commerce.

13. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 240 с.

14. Обсяг реалізованих послуг у сфері телекомунікацій та поштового зв'язку за 2018 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/dnp/dnp_u/dnp0418_u.htm.

15. ООО «Нова пошта» : офіційний веб-сайт. URL: <https://novaposhta.ua/ru>.

16. Офіційна сторінка Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

17. Офіційна сторінка компанії «ОККО». URL: <https://www.okko.ua/ru>.

18. Офіційна сторінка компанії «My Fishka». URL: <https://myfishka.com/partner/001>

19. Офіційна сторінка компанії «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/ru>.

20. Офіційна сторінка компанії «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua/taryfy-vidpravlennia-masoiu-ponad-30-kh>

21. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. К.: Основи, 1997. 310 с.

22. Про затвердження Правил надання послуг поштового зв'язку: Постанова КабМіну України [5 бер. 2009 р. № 270]. *Офіційний вісник України*. 2009. 6 квіт. 357 с.

23. Про поштовий зв'язок: Закон України [4 жов. 2001 року № 2759-III]. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>.

24. Розпорядження КМУ «Про схвалення Стратегії імплементації положень директив Європейського Союзу у сфері послуг поштового зв'язку та кур'єрських послуг (“дорожньої карти”))» від 14.02.2018 № 104-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/104-2018-%D1%80>.

25. Романишин С. Б. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства. *Науковий вісник НЛТУ*. 2009. С. 110-130.

26. Росік Л. Ринок доставки: Чи є альтернатива літерам? URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2111474-rinok-dostavki-ci-e-alternativa->

lideram.html.

27. Соціальний звіт. Офіційний сайт «Нова пошта». URL: http://svb.ua/sites/default/files/social_report_0.pdf.

28. Ткачук Г. Ю. Дослідження проблем розвитку малих підприємств агробізнесу Житомирщини. *Вісн. ДАУ*. 2007. С. 12-16.

29. Тридід, О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи. Автореф. на здоб. наук. ступ. д. е. н. Донецьк: ДНУ, 2003.

30. Трайно В. М. Маркетингова діяльність підприємств в умовах діджиталізації. *Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року)*. Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 141-143.

31. Трайно В. М. Використання засобів стимулювання продажу напідприємствах сфери послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі*. 2020. № 4 (100). 55 с.

32. Трайно В.М. Послуга як складова товару. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали XI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, (м. Полтава, 27-28 квітня 2021 року)*. Полтава : ПУЕТ, 2021. С. 125-127.

33. Трайно В. М. Роль сервісних послуг у діяльності торговельних підприємств. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали IX Міжнародної науково-практичної інтернетконференції, (м. Полтава, 18–19 квітня 2019 року)*. Полтава : ПУЕТ, 2019. С.161-162.

34. Усик С.П. Оцінка ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств. *Економіка та держава*. 2011. № 5. С. 90-98.

35. Устьян О.Ю. Особливості комплексу маркетингу у сфері послуг. *Мережевий бізнес і внутрішня торгівля України : матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Полтава, 17-18 квіт.2013 р.* Полтава: ПУЕТ, 2013. С. 166-168.

36. Чухрай Н. І. Перевізники чи логістичні оператори? URL: <http://www.translog.com.ua/archive/131/number13/print/1>.

37. Шинкаренко В.Г. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Харків: Вид. ХНАДУ, 2003. 89 с.
38. Шипуліна В.О. Оцінка конкурентних позицій підприємства на ринку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. С. 65-73.
39. Kotler F. 300 key issues of marketing Philip Kotler answers Per. Hardcover, 2007.
40. Maleri R., Fritzsche U. Grundlagen der Dienstleistungsproduktion. Springer, Berlin, Heidelberg, 2008.
41. Norman Ed. R. Service management. *Strategy and leadership in Service Business: Textbook*. N.Y., 2010. 59 p.