

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пояснювальна записка і розрахунки

до дипломної роботи

МРЕ. 300.01.14. 05

Розробив студент групи 215 –М – Д23
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно, відповідно
до принципів академічної доброчесності)

Костянтин ТРЕБУШКОВ

Керівник: доцент, канд. екон. наук

Володимир ВОЛОХОВ

Рецензент: доцент, канд. екон. наук

Оксана ЧЕБАНОВА

2025

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства» містить 113 сторінок, 22 таблиці, 29 рисунків.

Актуальність теми обґрунтована зростанням конкуренції у більшості галузей економіки України, а також пришвидшенням політичних та соціальних змін, які вимагають від підприємств зміцнення своїх ринкових позицій. Тобто, для досягнення конкурентоспроможності необхідно систематично вдосконалювати всі етапи виробничо-господарської діяльності, що дозволяє здобувати переваги у наступних сферах досліджень: виробництво, управління, фінанси, маркетинг тощо

Метою роботи є теоретичне підґрунтя, методичних та практичних підходів до розробки шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів процесу визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності виробника сільськогосподарської продукції.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Тулль-Чікен» – підприємство, що займається виробництвом продукції сільськогосподарського призначення

У роботі розглянуті теоретичні та правові засади сутності конкурентоздатності підприємства як економічної категорії, а також запропоновані основні напрями її підвищення. Розглянута організаційно-управлінська характеристика ТОВ «Тулль - Чікен», відстежено вплив навколишнього середовища на діяльність підприємства. На основі проведеного дослідження сформовано основні напрямки підвищення конкурентоздатності підприємства, обґрунтовано пріоритетне використання інструментів та заходів стратегічного маркетингу.

Ключові слова: конкурентоздатність, стратегія, стратегічний маркетинг, конкурентоздатність.

ABSTRACT

The qualification paper titled "Marketing strategy for ensuring the competitiveness of an enterprise" contains 113 pages, 22 tables, 29 figures.

The relevance of the topic is justified by the growth of competition in most sectors of the economy of Ukraine, as well as the acceleration of political and social changes that require enterprises to strengthen their market positions. That is, to achieve competitiveness, it is necessary to systematically improve all stages of production and economic activity, which allows gaining advantages in the following areas of research: production, management, finance, marketing, etc.

The purpose of the work is the theoretical basis, methodological and practical approaches to developing ways to increase the competitiveness of an enterprise.

The subject of the study is a set of theoretical, methodological and practical aspects of the process of determining ways to increase the competitiveness of a producer of agricultural products.

The object of the study is LLC "Tul-Chicken" - an enterprise engaged in the production of agricultural products

The paper considers the theoretical and legal principles of the essence of the competitiveness of the enterprise as an economic category, as well as proposes the main directions for its improvement. The organizational and managerial characteristics of LLC "Tul-Chicken" are considered, the impact of the environment on the activities of the enterprise is tracked. Based on the research, the main directions for improving the competitiveness of the enterprise are formed, the priority use of strategic marketing tools and measures is justified.

Keywords: competitiveness, strategy, strategic marketing, competitiveness.

Зміст

Вступ	9
1 Теоретико – правові аспекти конкурентоздатності та її роль в розвитку підприємства	11
1.1 Сутність конкурентоздатності та конкурентних переваг підприємства	14
1.2 Підходи до оцінки конкурентоздатності суб’єктів ринкових відносин	21
1.3 Правові засади регулювання економічної конкуренції	31
Висновки по розділу 1	41
2 Аналіз виробничо господарської діяльності ТОВ «Туль - Чікен»	43
2.1. Організаційно-управлінська структура підприємства	43
2.2 Дослідження фінансово-економічного стану підприємства	44
2.3 Аналіз конкурентоздатності підприємства	61
Висновки по розділу 2	70
3 Обґрунтування необхідності підвищення конкурентоздатності ТОВ «Туль - Чікен» в умовах ринкової економіки	71
3.1 Виявлення резервів підвищення конкурентоздатності підприємства	71
3.2 Застосування стратегічного маркетингу для підвищення конкурентоздатності підприємства	81
3.3 Удосконалення механізму формування стратегії конкурентного розвитку підприємства	91

					<i>МРЕ. 300.01.14. 05</i>			
<i>Зм..</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>				
<i>Розробив</i>	<i>Требушков К.В.</i>				Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства	<i>Лім.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Перевірів</i>	<i>Волохов В.А.</i>						7	113
<i>Реценз.</i>						УкрДУЗТ		
<i>Н. контр.</i>	<i>Мкртичьян О.М.</i>					Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії		
<i>Затверд.</i>	<i>Зоріна О.І.</i>							

Висновки по розділу 3	101
Загальні висновки	102
Список використаних джерел	106

					<i>МРЕ.300.01.14.05</i>	Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		8

Список використаних джерел

1. Конституція України: за станом на 12.04. 2022. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до вид.: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
2. Господарський кодекс України. за станом на 04.11. 2022. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до вид.: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
3. Цивільний кодекс України: за станом на 04.11. 2022. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до вид.: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
4. Кодекс Законів про працю України: за станом на 13.06. 2022. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до вид.: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
5. Закон України "Про захист економічної конкуренції" : за станом на 27.07. 2021. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до вид.: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
6. Закон України «Про охорону праці» : за станом на 18.11. 2022. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до вид.: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
7. Агафонова Л. Г. Підготовка бізнес-плану. Практикум / Л.Г. Агафонова, О.В. Рога. – К: “Знання”, 2005.
8. Андрійчук В. Конкурентоздатність української продукції // Віче, 1995. – № 2. – С. 90-92.
9. Антонюк К. І. Дослідження конкуренції на українському ринку / К. І. Антонюк // Вчені записки КНУ. Економічні науки. – Сімферополь: НІЦ КНУ, 2021. – Вип. 10. – С. 23–26.
10. Антонюк К. І. Дослідження підходів до розробки маркетингової стратегії компанії / К. І. Антонюк // Сучасні проблеми розвитку підприємництва

в Україні: VI Міжн. наук.-практ. конф., 22–23 лист. 2007 р.: мат. – К.: ІВЦ Вид-во «Політехніка», 2009. – С. 110–112.

11. Антонюк К. І. Концептуальна модель стратегії позиціонування / К. І. Антонюк // В2В-маркетинг: II-ї Всеукр. наук.-практ. конф. студ., асп. і молодих вчених, 21–22.02. 2020 р. – К. : ІВЦ «Вид-во «Політехніка», 2020. – С. 99–101.

12. Антонюк К. І. Особливості диференціації як основи конкурентної стратегії / К. І. Антонюк // Управління підприємством: діагностика, стратегія, ефективність: XVI Міжн. наук.-практ. конф., Таллінн, 10–11 квітн. 2020 р.: мат. – К.: ВПІ «Політехніка», 2020. – С. 14–15.

13. Антонюк К. І. Проблеми та перспективи розвитку українського ринку морозива / К. І. Антонюк // Вісник НУВГП, 2020. – № 2 (42). – С. 10– 19.

14. Антонюк К. І. Просування на ринку морозива: торговельна марка чи товарна категорія / К. І. Антонюк // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 2. – С. 50-55.

15. Антонюк К. І. Формування стратегії позиціонування: підходи та шляхи вдосконалення / К. І. Антонюк // Вісник Львівського університету, 2009. – Вип. 37. – С. 142–148.

16. Білецька, Л.В. Економічна теорія. Політекономія. Макроекономіка. Мікроекономіка: Навчальний посібник/ Л.В. Білецька. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 652с.

17. Бакуменко В. Д., Гончарова Н. І. Сучасні тенденції маркетингової діяльності в Україні. Київ: НТУУ «КПІ», 2015. 224 с

18. Балака, Є. І. Оцінка економічної доцільності інвестицій в інноваційні проекти на транспорті : навч. посіб. / Є. І. Балака, О. І. Зоріна, Н. М. Колесникова, І. М. Писаревський – Харків : УкрДАЗТ, 2005. – 210с.

19. Бойчик І.М. Економіка підприємства / І.М. Бойчик, П.С. Харів, М.І. Хопчин, Ю.В. Піча. – К.: "Каравела". – 2021. – 298 с.

20. Борисенко З. Основи конкурентної політики. Навчальний посібник для ВНЗ (затв. МОН України). – К.: Таксон, 2020. – 704 с.

21. Башнянин, Г.І. Загальна економічна теорія. Спеціальна економічна теорія [Текст]/ Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв. – Київ: Ніка-Центр, 2002. – 527с.
22. Волохов В.А., Волохова І.В., Барський В.І. Логістичне забезпечення глобального руху матеріальних потоків / Вісник економіки транспорту і промисловості (збірник науково-практичних статей). № 64. – Харків: УкрДУЗТ, 2018. – С. 117 – 124
23. Весиліонин Ф.П. Обеспечение материальными ресурсами и коммерческая деятельность предприятия / Под ред. Ф.П.Весиліотина. – Минск: Вышшая школа, 2021. – 270 с.
24. Волохова І. В., Волохов В. А., Лук'янова О. М. Дослідження проблем логістичного управління / Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. - Харків: УкрДУЗТ, 2024. - Вип. 86. – С.177
25. Герасимчук В.Г., Полякова Т. В. Основи стратегічного маркетингу: Навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 324 с.
26. Грицюк, Е.О. Економіка підприємства : опорний конспект лекцій / Е.О. Грицюк. –Чернівці, 2003.
27. Данилюк С.А. Управління брендами: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛНУ, 2016. 238 с.
28. Дубовик О. В. Концептуальні засади Інтернет-реклами торговельного підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2009. №11(101). С. 71–77.
29. Должанський І.З. Конкурентоздатність підприємства. Навчальний посібник для ВНЗ / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: ЦУЛ, 2009. – 384с.
30. Економіка підприємства: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисциплін / О.Г.Швиданенко та інші. – К.: КНЕУ, 2020.
31. Економіка підприємства: Структурно-логічний навчальний посібник / За ред. С.Ф.Покропівного. – К.: КНЕУ, 2021. – 457 с.

32. Єрохін, С.А. Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічний аспект) / С.А. Єрохін / Наукова монографія / - К.: Світ Знань, 2002. – 156с.

33. Іванова Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенко. – Х.: ИНЖЭЖ, 2009. – 384 с.

34. Кобиляцький, Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навчальний посібник/ Л.С. Кобиляцький. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304с.

35. Костуєв, О.О. Захист економічної конкуренції в Україні: стан проблеми / О.О. Костуєв/ Економіка України. – Одеса.: Одеський держ. економ. Університет, 2003

36. Круш, П.В. Національна економіка: регіональний та муніципальний рівень / П.В. Круш, О.О. Кожемяченко – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 320с.

37. Кальченко, А.Г. Основи логістики: навч.посіб / Кальченко А.Г. – К.: Т-во «Знання», 1999. – 254с.

38. Комличенко Е. И. Конкурентоспроможність: маркетинговий аспект / Е. И. Комличенко // Шляхи розвитку машинобудування: I Міжн. наук.-практ. конф., 16–18.05.2006. – Запорозьє: ЗЦНТЭИ, 2006. – С. 26–27.

39. Комліченко К. І. Дослідження концентрації операторів на українському ринку // Формування та проблеми розвитку підприємництва в Україні: V Міжн. наук.-практ. конф. студ. та молодих вчених ВНЗ, 23–24 лист. 2006 р.: мат. – К.: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2006. – С. 135–136.

40. Комліченко К. І. Етапність маркетингового позиціонування / К. І. Комліченко // Зб. наук. праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. – Черкаси: ЧДТУ, 2006. – Вип. 16. – С. 279–284.

41. Комліченко К. І. Методика дослідження конкуренції на українському ринку молочної продукції / К. І. Комличенко // Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку: Міжн. наук.-практ. конф., присвяч. 100-річчю від дня народж. Бухала Сергія Максимовича, доктора

економічних наук, професора, 7–8 лют. 2007 р.: зб. мат. / Відп. за вип. А.П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2007. – С. 276–279.

42. Котельніков Д.І. Управління конкурентоздатністю. Навчальний посібник для ВНЗ / Д.І. Котельніков, С.М. Задорожна. – К.: Слово, 200410. – 168 с.

43. Куденко Н. В. Маркетингове дослідження підприємств за допомогою методик управління якістю / Н. В. Куденко, К. І. Комліченко // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2007. – Вип. 17. – С. 167–182.

44. Куденко Н. В. Маркетингове позиціонування: різновиди та взаємозв'язок категорій / Н. В. Куденко, К. І. Комліченко // Формування ринкової економіки. – К.: КНЕУ, 2007. – Ч. I. – С. 393–401.

45. Куденко Н. В. Сегментування споживачів ринку молочної продукції / Н. В. Куденко, К. І. Комліченко // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К.: Вид. ПП «Екмо», 2007. – Вип. 4. – С. 248–252.

46. Малюта Л.Я. "Забезпечення якості продукції — необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції на сучасному ринковому просторі" // Економіка, фінанси, право 2008.-№9 — с.11 — 15.

47. Макаровська, Т.П. Економіка підприємства : навч. посібник /. Т.П. Макаровська. – К.:МАУП, 2003. – 345 с.

48. Маслак А. М. Актуальність введення функцій маркетингу в органах із сертифікації / А. М. Маслак, К. І. Комліченко // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2009. – № 2. – С. 41–45.

49. Мочерний, С.В. Економічна енциклопедія: У трьох томах / Мочерний С.В. – К.: Академія, 2000. – 864с.

50. Мних, В.Н.. Економічний аналіз : підручник / В.Н. Мних. – К.: Центр навчальної літератури, 2003 – 323 с.

51. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент. Навч. посібник / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: УВПК Ексоб, 2021. – 560 с.

52. Новицький, В. Імперативи інноваційного розвитку / В.Новицький // Економіка України. - 2007. - №2
53. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. – К.: Скарби, 2022. – 336 с.
54. Оскольський В.Т. Про перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки // Маркетинг, 2021. – №12.
55. Оснач О.Ф Маркетинг / О.Ф.Оснач, В.П.Пилипчук, Л.П.Коваленко. – К.: 2022. – 232 с.
56. Одотюк, І.В. Державні пріоритети технологічного розвитку, їх роль та проблеми економічної оцінки в Україні / І.В. Одотюк/ Проблеми науки. – 2001.- №4
57. Пасічник В.Г. Конкурентоздатність фірми. Навчально-методичний комплекс для студентів економічних спеціальностей / В.Г. Пасічник, О.В. Акіліна. – К.: ЦУЛ, 2020. – 112 с.
58. Петрович Й. М. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посіб. / За ред. Й.М.Петровича. – 3-тє вид., випр. – К.: Т-во Знання, КОО, 2020. – 412с.
59. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоздатністю підприємства. Навчальний посібник (рек. МОН України) / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х. ИНЖЭК. – 2009. – 264 с.
60. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А.М.Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2009. – 384 с.
61. Покропивний С.Ф.. Економіка підприємства: Підручник. За ред. акад. 2-е вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2020. – 528 с.
62. Павленко, І.А. Гончарова Н.П. Швиданенко Г.О. Економіка та організація інноваційної діяльності: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Г.А.Павленко, Н.П.Гончарова, Г.О.Швиданенко. - К.: КНЕУ 2002. - 150 с.
63. Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: навч. посібник – 3-тє вид., переробл. та доповн. Київ: Центр учб. літератури, 2014. 342 с.

64. Поддєрьогін, А.М. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с.
65. Пушкар М. С. Планування і організація підприємств, об'єднань і комплексів. Навч. посібник. – К.: НМК, 2020. – 256 с.
66. Рудьєв, В.А. Управління персоналом / В.А. Рудьєв, С.О. Гуткевич, Т.Л. Мостенська. – Київ: Кондор, 2013. – 309с.
67. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоздатністю підприємств. Навчальний посібник для ВНЗ (рек. МОН України) / І.Ю. Сіваченко, Ю.Г. Козак, Ю.І. Єханурова. – 2-е вид. – К.: ЦУЛ, 2009. – 456 с.
68. Тарнавська, Н.В. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання України / Н.В.Тарнавська // Економіст. - 2007. - №10 - с.56-61
69. Тарасенко, Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства / Н.В. Тарасенко.- К: Алеута, 2003.-485с.
70. Тверський К. М. Нові економічні умови праці на залізничному транспорті.: К., - Транспорт, 1999, 192 с.
71. Ткаченко В.О. Маркетингові дослідження: аналітичні методи. Київ: Ліра-К, 2020. 305 с.
72. Удалов Т.Г.Конкурентне право. Навчальний посібник (рек. МОН України). – К. Школа, 2021. – 496 с.
73. Федонін, О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. Посібник / О.С.Федонін. - К.:КНЕУ - 2003. - 316с.
74. Хопчан М. І. Організація і планування виробництва: Теорія і практика. Навч. посібник / М.І. Хопчан, П.С. Харів, І.М. Бойчик, О.Я. Латиш. – Тернопіль: Марком, Нова генерація, 2020. – 256с.
75. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: Навч. посібник. – Житомир: ЖІТІ, 2009. – 647 с.

76. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: Навч. посібник. – 2-ге видання, перероблене і доповнене. – Житомир, ЖІТІ, 2009. – 300 с.

77. Цал-Цалко Ю.С., Холод Б.І. Економіка підприємства: Навч. посібник. – Житомир: ЖІТІ, 2020. – 388 с.

78. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2021. – 540 с.

79. Шваб, Л.І. Економіка підприємства: навч.посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л.І.Шваб. - 2-е вид. - К.: Каравела 2005. - 568 с.

80. Шершньова, З.Є. Стратегічне управління : підручник, 2-е вид. / З.Є.Шершньова. - К.: КНЕУ 2004р. - 699с.

81. Шегди А. В. Економіка підприємства: Навч. посіб. / За ред. А.В.Шегди. – К.: Знання-Прес, 2020. – 301с.

82. Шнипко О.С. Національна конкурентоздатність: сутність, проблеми, механізми реалізації. – К.: Наукова думка, 2009. – 334 с.