

АНОТАЦІЯ

Боргамотова М. Д. «Удосконалення конкурентної стратегії підприємства (на прикладі ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС»))»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі досліджено особливості формування та реалізації конкурентної стратегії підприємства у сфері транспортно-експедиторських послуг на прикладі ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС». Розкрито теоретичні основи побудови конкурентних стратегій в умовах високої динаміки логістичного ринку, охарактеризовано їх ключові функції, підходи до вибору та реалізації, а також значення маркетингової складової у зміцненні ринкових позицій. У практичній частині представлено загальноекономічну характеристику діяльності ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС», здійснено STEP-аналіз зовнішнього маркетингового середовища, а також SWOT-аналіз, що дозволив виявити сильні та слабкі сторони підприємства, потенційні можливості й загрози. Побудовано багатокутник конкурентоспроможності, який відображає рівень розвитку ключових стратегічних параметрів компанії порівняно з основними конкурентами. На основі отриманих результатів дослідження сформовано два реалістичних напрями удосконалення конкурентної стратегії: впровадження програми лояльності для постійних клієнтів і запуск маркетингової комунікаційної кампанії шляхом створення сторінок у соціальних мережах і каналу в месенджері. Для кожного з заходів розроблено механізм реалізації, проведено економічні розрахунки очікуваних витрат і прогнозованого річного ефекту, що підтверджують доцільність запропонованих рішень.

Ключові слова: конкурентна стратегія, маркетингова комунікація, лояльність клієнтів, програма лояльності, соціальні мережі, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Borhamotova M. "Improving the enterprise's competitive strategy (on the example of JET-TRANS LLC)"

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 "Marketing" in the educational program Marketing and international logistics
Odessa National Economic University - Odesa, 2025.

The paper examines the features of the formation and implementation of a competitive strategy of an enterprise in the field of transport and forwarding services using the example of "JET-TRANS" LLC. The theoretical foundations of building competitive strategies in conditions of high dynamics of the logistics market are revealed, their key functions, approaches to selection and implementation are characterized, as well as the importance of the marketing component in strengthening market positions. The practical part presents a general economic characteristic of the activities of "JET-TRANS" LLC, a STEP analysis of the external marketing environment is carried out, as well as a SWOT analysis, which allowed to identify the strengths and weaknesses of the enterprise, potential opportunities and threats. A polygon of competitiveness is constructed, which reflects the level of development of the company's key strategic parameters compared to its main competitors. Based on the results of the study, two realistic directions for improving the competitive strategy are formed: the implementation of a loyalty program for regular customers and the launch of a marketing communication campaign by creating pages on social networks and a channel in the messenger. For each of the measures, an implementation mechanism has been developed, economic calculations of expected costs and projected annual effect have been carried out, which confirm the feasibility of the proposed solutions.

Keywords: competitive strategy, marketing communication, customer loyalty, loyalty program, social networks, competitiveness.