

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»
(назва освітньої програми)

на тему: «Удосконалення конкурентної стратегії підприємства (на прикладі
ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС»))»

Виконавець:

Студентка факультету міжнародної
економіки

Боргамотова Марія
Дмитрівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Сало Яна Вікторівна

Одеса 2025

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Економічна система України перебуває в стані глибоких трансформацій, які спричинені як глобальними зрушеннями – цифровізацією бізнес-процесів, посиленням інтеграції у світову економіку, зміною споживчих моделей, зростанням екологічної свідомості споживачів – так і локальними викликами, серед яких особливо значущими є наслідки повномасштабної війни, втрати частини внутрішнього ринку, руйнування логістичної інфраструктури, дефіцит кваліфікованої робочої сили та загрозлива нестабільність економічного середовища.

У таких умовах виживання й розвиток підприємств залежить не лише від якості їх продукції чи послуг, а насамперед – від здатності адаптувати конкурентну стратегію до швидкоплинних змін ринку. Високий рівень конкуренції, активізація нових гравців, зміна споживчих очікувань і запитів, поява альтернативних рішень та сервісів – усе це змушує компанії переглядати свої стратегічні підходи. У цьому контексті ключову роль відіграє маркетинговий компонент конкурентної стратегії, який охоплює визначення цільових сегментів, позиціонування, систему цінностей для споживачів, канали комунікацій, цифрову присутність та цінову політику.

Особливо актуальним питання удосконалення конкурентної стратегії постає для підприємств у сфері логістики та вантажних перевезень. Ця галузь зазнає значного тиску з боку зовнішнього середовища: зростають витрати на паливно-енергетичні ресурси, змінюється географія логістичних маршрутів, клієнти вимагають більшої прозорості, швидкості та якості обслуговування, а технологічні тренди, зокрема цифрова логістика, автоматизація, GPS-моніторинг та мобільні сервіси, формують нові стандарти конкуренції.

ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС» – підприємство, яке спеціалізується на наданні логістичних послуг та організації вантажних перевезень, функціонує в умовах жорсткої галузевої конкуренції. Компанія змушена оперативно реагувати на нестабільність ринку, коливання цін на транспортні послуги, зміни у законодавчому полі та потреби клієнтів. Успішна реалізація конкурентної стратегії для ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС» – це не лише питання ефективності, а й питання виживання. Формування та впровадження стратегічних рішень, орієнтованих на зміцнення ринкових позицій, оптимізацію витрат, цифрову трансформацію сервісів та підвищення рівня клієнтського досвіду, відкриває перед підприємством нові можливості для зростання.

Питання удосконалення конкурентної стратегії підприємства досліджували такі українські вчені, як Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М., Бугай В., Сидоренко В., Князева Т., Казанська О., Кустріч Л., Пахуча Е., Пронько Л., Токар К., Сарай Н., Соковніна Д. та ін.

Мета кваліфікаційної роботи в теоретичному обґрунтуванні та практичному аналізі конкурентної стратегії ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС», а також у розробці рекомендацій щодо її удосконалення з метою підвищення ефективності функціонування підприємства на ринку логістичних послуг.

Для досягнення зазначеної мети було сформульовано такі завдання:

- З'ясувати сутність поняття «конкурентна стратегія» та охарактеризувати її роль у системі стратегічного маркетингу підприємства.
- Розглянути класифікацію конкурентних стратегій та підходи до їх вибору.
- Визначити маркетингові інструменти реалізації конкурентної стратегії.
- Надати організаційно-економічну характеристику діяльності ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС».
- Проаналізувати маркетингове середовище підприємства.
- Оцінити ефективність чинної конкурентної стратегії підприємства.
- Описати програму лояльності як засіб зміцнення конкурентоспроможності підприємства.
- Обґрунтувати розробку маркетингової комунікаційної кампанії для посилення ринкових позицій.

Об'єктом дослідження в кваліфікаційній роботі є процес стратегічного управління підприємством у конкурентному середовищі логістичного ринку.

Предметом дослідження виступають теоретичні засади, методичні підходи та практичні інструменти формування й удосконалення конкурентної стратегії підприємства на прикладі ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС».

Методи дослідження. У процесі написання кваліфікаційної роботи було використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів аналізу, синтезу та логічного узагальнення для систематизації наукових підходів до стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства здійснювалося за допомогою STEP-аналізу, використано SWOT-аналіз.

Інформаційну базу дослідження складають наукові праці українських та зарубіжних дослідників у сфері стратегічного маркетингу, управління конкурентоспроможністю та логістики; офіційна звітність ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС»; внутрішні документи підприємства; галузева аналітика ринку логістичних послуг; статистичні матеріали Державної служби статистики України; аналітичні огляди транспортної сфери; нормативно-правова база, що регулює діяльність логістичних компаній в Україні, а також публікації у профільних бізнес- та фахових виданнях.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи, що об'єднують вісім підрозділів, висновки та список використаних джерел, що нараховує 40 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА»** розкрито теоретико-методичні засади формування конкурентної стратегії підприємства. Охарактеризовано сутність, завдання та типологію стратегій конкуренції, а також обґрунтовано їх роль у забезпеченні сталого розвитку підприємства в умовах ринкової нестабільності. Особливу увагу приділено

класифікації стратегічних підходів до формування конкурентних переваг, функціональному навантаженню стратегії та методам оцінювання рівня конкурентоспроможності.

Другий розділ **«АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС» НА РИНКУ»** присвячено аналізу діяльності ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС» та дослідженню його конкурентної позиції на регіональному ринку логістичних послуг. Надано організаційно-економічну характеристику підприємства, досліджено фінансово-господарську динаміку, проведено STER-аналіз зовнішнього середовища та SWOT-аналіз внутрішнього потенціалу. Побудовано багатокутник конкурентоспроможності, що наочно засвідчив потребу в оновленні стратегії задля підвищення ефективності та адаптивності компанії до умов ринку.

У третьому розділі **«НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС»»** обґрунтовано доцільність реалізації двох стратегічних напрямів удосконалення конкурентної стратегії підприємства: впровадження програми лояльності для клієнтів і запуск повноцінної маркетингової комунікаційної кампанії в цифровому середовищі. Для кожного з заходів розроблено поетапний механізм реалізації, визначено очікувані витрати й економічні результати, а також проаналізовано соціальний ефект, зокрема зміцнення довіри до бренду, зростання лояльності споживачів і покращення взаємодії з ринком.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі здійснено комплексне теоретичне, аналітичне та прикладне дослідження, спрямоване на виявлення ефективних механізмів посилення ринкових позицій підприємства в умовах зростаючої конкуренції на ринку логістичних послуг. У теоретичній частині дослідження обґрунтовано сутність конкурентної стратегії як фундаментального елементу стратегічного управління підприємством. Узагальнення наукових підходів дозволило класифікувати основні типи стратегій, проаналізувати їх функціональне призначення, а також виявити фактори, які безпосередньо впливають на вибір і реалізацію стратегічного курсу. Розкрито методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства, окреслено критерії та етапи цього процесу, що стало підґрунтям для подальшого прикладного аналізу.

У практичному розділі проведено детальний аналіз організаційно-економічної діяльності ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС». Виявлено, що підприємство демонструє позитивну динаміку виручки та рентабельності, однак має низку слабких місць у системі маркетингу та позиціонування. За результатами STER-та SWOT-аналізу і конкурентного аналізу ринку встановлено, що компанія має внутрішні резерви для зміцнення своїх позицій за рахунок посилення цифрової присутності, модернізації комунікаційної політики та активнішої роботи з клієнтською лояльністю. Проведене дослідження конкурентного середовища

дозволило об'єктивно оцінити ринкову позицію підприємства, визначити його переваги та недоліки порівняно з основними конкурентами.

У третьому розділі обґрунтовано два реалістичних і взаємопідсилюючих напрями удосконалення конкурентної стратегії підприємства - впровадження програми лояльності для постійних клієнтів і запуск маркетингової комунікаційної кампанії з акцентом на цифрові канали. Обидва заходи супроводжувалися детальними розрахунками економічного ефекту, які засвідчили доцільність інвестицій у розвиток нематеріальних активів підприємства. Запропоновані ініціативи здатні не лише покращити фінансові результати, а й забезпечити довготривалий соціальний ефект у вигляді зростання довіри до бренду, покращення якості обслуговування та побудови партнерських відносин із клієнтами.

Загалом, результати дослідження свідчать, що стратегічне оновлення моделі конкурентної поведінки ТОВ «ДЖЕТ-ТРАНС» має базуватись на гнучкості, клієнтоорієнтованості та активному використанні цифрових інструментів. Запропоновані заходи є практично реалізованими, фінансово виправданими та такими, що здатні забезпечити сталий розвиток підприємства в конкурентному середовищі.