МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____Тетяна КНЯЗЄВА
“_____”_____2023 р.

ВИПУСКНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Тема: «Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхи її підвищення»

Виконавець: Савчук Дмитро Васильович

Керівник: к.е.н., доцент Салькова Ірина Юріївна

Нормоконтролер: асистент Созинова Ірина Валентинівна

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускової кафедри
_____ Тетяна КНЯЗЄВА
«____» _____2023 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання випускної роботи
_____Савчука Дмитра Васильовича_____
(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхи її підвищення» затверджена наказом ректора від 06 грудня 2022 року № 2303/ст
2. Термін виконання роботи: з 17.01.2023 року по 17.02.2023 року
3. Вихідні дані роботи: звіти про діяльність підприємства, організаційна структура підприємства, статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні основи маркетингових досліджень конкурентоспроможності продукції; дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхи її підвищення; висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Структура експортно-імпортних операцій молочного ринку. Аналіз результатів господарської діяльності ПрАТ «Тернопільський молокозавод. Організаційна структура управління товариства. SWOT-аналіз ПрАТ «Тернопільський молокозавод». Ринкові частки виробників молочної продукції України. Багатокутник конкурентоспроможності товариства з урахуванням проєктних пропозицій. Розрахунок кількісного прогнозу чистого доходу у 2022 році. Зовнішній вигляд лінії із виробництва сухого молока. Структура початкових витрат проєкту виробництва сухого молока. Показники довгострокової ефективності реалізації проєкту виробництва сухого молока на ТОВ «Тернопільський молокозавод».

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	17.01.2023	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	18.01.2023-21.01.2023	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	22.01.2023-24.01.2023	
4.	Написання теоретичної частини	25.01.2023-28.01.2023	
5.	Написання аналітичної частини	29.01.2023-02.02.2023	
6.	Написання вступу та висновків	03.02.2023-04.02.2023	
7.	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді	05.02.2023	
8.	Перевірка на плагіат	06.02.2023-08.02.2023	
9.	Проходження нормоконтролю	09.02.2023-12.02.2023	
10.	Передзахист, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	13.02.2023-17.02.2023	

7. Дата видачі завдання: 17.01.2023 р.

Керівник випускної роботи _____ Ірина САЛЬКОВА
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв(ла) до виконання _____ Дмитро САВЧУК
(підпис здобувача) (П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до випускної роботи «Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхи її підвищення»: 69 с., 8 рис., 15 табл., 65 літературних джерел.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ, АСОРТИМЕНТ.

Предметом дослідження роботи є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів маркетингових досліджень конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхів її підвищення.

Об'єктом дослідження виступають процеси забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі маркетингових досліджень.

Мета роботи – є дослідження теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління якістю і конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Методичною базою дослідження є системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження процесу маркетингової діяльності підприємств. В процесі дослідження, обробки й аналізу інформації використовувалися методи аналізу та синтезу, графічний та матричний методи, економічного та статистичного узагальнення. Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що розроблено проєктні пропозиції щодо щодо покращення рівня конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Тернопільський молокозавод» на ринку молочної продукції.

Рекомендації щодо використаних результатів: запропоновані заходи можуть бути використані щодо вдосконалення існуючої системи маркетингу на досліджуваному підприємстві.

ЗМІСТ

ВСТУП…… 6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ……... 8

1.1. Поняття конкурентоспроможності продукції підприємства …..... 8

1.2. Напрямки формування конкурентної стратегії……. .. 12

1.3. Методи досягнення конкурентоспроможності продукції підприємства…… 14

Висновки до першого розділу…….. 16

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ……. 17

2.1. Стан та аналіз ринку……... 17

2.2. Характеристика підприємства та аналіз асортиментних груп його продукції……. 26

2.3. Аналіз рівня конкурентоспроможності продукції підприємства …….. ….. 41

2.4. Пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку…….. 45

Висновки до другого розділу…… 53

ВИСНОВКИ……... 55

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 57

ДОДАТКИ…….. 61

ВСТУП

Реальність ведення бізнесу в Україні сьогодні складна. Поширення кризового явища в Україні негативно впливають на діяльність суб'єктів господарювання та призводять до значного посилення конкуренції. У цих умовах конкуренція на внутрішньому ринку особливо помітна.

Процес трансформації української економіки супроводжується серйозними проблемами та труднощами. Його рішення потребують серйозних макро- та мікроекономічних змін і зрушень. Однією з цих проблем є рішення теоретико-методичних та прикладних питанн для забезпечення та стійкої підтримки вітчизняної конкурентоспроможності. Проте українська промислова продукція все ще значно відстає від світових досліджень щодо цих вимог.

Дослідженням теоретичних та практичних аспектів конкурентоспроможності присвячені праці наступних вчених-маркетологів: Смерічевського С., Полоус О., Радченко Г., Казанської О., Радченко Г., Салькової І., Князєвої Т., Михальченко І., Радченко Г., Янчук Т., Буги Н., Колбушкіна Ю., Кривов'язюка І., Петропавловської С., Радченко О., Сібрука В., Слободяник А., Могилевської О., Романової Л.

Тому метою випускної роботи є дослідження теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо маркетингових досліджень конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхи її підвищення. Визначена мета дослідження передбачає виконання таких завдань:

– провести дослідження теоретичних засад конкурентоспроможності продукції підприємства

– виокремити напрямки формування конкурентної стратегії;

– дослідити методи досягнення конкурентоспроможності продукції підприємства;

– провести аналіз ринку функціонування підприємства;

– здійснити загальну характеристику ПрАТ «Тернопільський

молокозавод», провести аналіз асортиментних груп його продукції;

– розрахувати рівень конкурентоспроможності продукції підприємства;

– обґрунтувати пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку.

Предметом дослідження роботи є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів маркетингових досліджень конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхів її підвищення.

Об'єктом дослідження виступають процеси забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі проведених маркетингових досліджень.

Методичною базою дослідження є системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження процесу маркетингової діяльності підприємств. В процесі дослідження, обробки й аналізу інформації використовувалися методи аналізу та синтезу, графічний та матричний методи, економічного та статистичного узагальнення.

Практичне значення результатів роботи полягає у розробленні проєктних пропозицій щодо покращення рівня конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Тернопільський молокозавод» на ринку молочної продукції.

ВИСНОВКИ

Отже, представлена випускна робота бакалавра присвячена маркетинговим дослідженням конкурентоспроможності продукції підприємства та шляхам її підвищення.

У першому розділі бакалаврської роботи розглядаються теоретичні засади управління якістю та конкурентоспроможністю підприємства молочної промисловості. Автором роботи виділено особливості формування конкурентоспроможних підприємств в Україні, проаналізовано шляхи та способи забезпечення якості молочної продукції.

Визначено, що конкурентоспроможність продукції залежить від конкурентних перевагах та його окремих характеристик. Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємств невід'ємні та взаємопов'язані. Конкурентоспроможність підприємства на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності його продукції.

Розвиток ринкових відносин, стрімке загострення конкуренції та вдосконалення систем організації економічних процесів підприємств вимагають подальшого розвитку маркетингових систем, заснованих на координації підсистем праці споживачів та ранньому виявленні потреб і специфічних потреб, вимог цільової аудиторії.

Результати проведених досліджень свідчать про те, що підвищити якість і конкурентоспроможність української молочної продукції цілком реально за умов державної підтримки та субсидій, зменшити податковий тиск та стимулювати ефективну діяльність вітчизняних виробників. Необхідно враховувати необхідність дотримання міжнародних та європейських стандартів при виробництві молочної продукції. У цьому контексті конкурентоспроможність продукції досліджуваної галузі можна визначити як здатність виробляти більш якісну, більш поживну продукцію для максимально ефективного задоволення попиту споживачів. Важливу роль тут відіграє і

дотримання стандартів якості продукції. Молочний ринок є важливою частиною продовольчої безпеки України, адже молочні продукти є частиною споживчого кошика кожного пересічного українця

У другій частині роботи було проведен маркетингові дослідження конкурентоспроможності та якості продукції ПАТ «Тернопільський молокозавод». Результати аналізу дозволяють визначити загальну тенденцію розвитку підприємства, виділити основні класифікаційні групи його продукції, провести дослідження фінансової основи діяльності підприємства. Структура ринку молочної продукції України постійно змінюється під впливом політичних, економічних та соціальних факторів. Основними гравцями на цьому ринку є близько 50 переробних підприємств, які контролюють більшу частину внутрішнього ринку. Тому бар'єри входу на ринок переробки молока досить високі.

Молочний ринок характеризується гострою конкуренцією. На конкурентоспроможність підприємств молочної галузі значно впливає цінова політика. Тому, можна стверджувати, що ПАТ «Тернопільський молокозавод» проводить виважену цінову політику, має необхідні ресурси та можливості для збільшення охоплення ринку своєї продукції, незважаючи на виклики. вона стикається в постачанні молочної сировини і гостро стоїть питання про підвищення цін.

Результати аналізу товарного асортименту ПАТ «Тернопільський молокозавод» свідчать, що досліджуване підприємство має широкий асортимент молочної продукції. Отже, на підставі наведених розрахунків можна зробити висновок, що ПАТ «Тернопільський молокозавод» є більш конкурентоспроможним порівняно з ТОВ «Галицька молочна компанія». Однак компанії також повинні постійно знаходити рішення проблем своєї діяльності, щоб змінити свою конкурентну позицію на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Михайленко О., Скоморохова С., Чава К. Підвищення конкурентоспроможності молочної продукції в Україні. Причорноморські економічні студії. Випуск 29. 2022. С. 16-20.

2. Вісник молочників, 2022 [Електронний ресурс]. URL: http://www. ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna_ analitika/category/2022.

3. Гамма Т.М. Вплив зовнішнього оточення на конкурентоспроможність молокопереробних підприємств Одеської області. Економічний форум. 2022. № 1. С. 218–222.

4. Кернасюк Ю.В. Молочний сектор: реалії і перспективи / Ю.В. Кернасюк // Агробізнес сьогодні. 2021. № 6. С. 10–12.

5. Косенко С.В. Теоретичні положення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств: визначення та класифікація. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2022. № 3 (15). С. 117–128.

6. Маслак О. Пріоритети молочної галузі [Електронний ресурс]. URL: http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/ 2468-priorytety-molochnoii-galuzi.html.468-priorytety-molochnoii-galuzi.html.

7. Моргун О.В. Напрями розвитку молочної галузі та молокопереробноїпромисловості. Економіка АПК. 2020. № 7. С. 62–66.

8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

9. Офіційний сайт Групb компаній «Молочний альянс. URL: http://milkalliance.com.ua.

10. Промислове виробництво: Україна. Довідник. URL: http://www.proagro.com.ua/sprav/promua/ npp//14174. html.

11. Світовий ринок і місце молока на ньому. Мілк-юа. 2022. URL: http://milkua.info/ru/post/mirovojrynok-moloka-i-mesto-ukrainy-na-nem.

12. Скопенко Н.С. Сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України. Інститут післядипломної освіти НУХТ. 2022. URL: http://ipdo.kiev.ua/ index.php?option=com_content&view=article&id=259.

13. ТОП-10 найбільших виробників молочної продукції в Україні. Аграрне інформаційне агентство “Agravery”. 2020. URL: http://agravery.com/uk/posts/ show/top-10-najbilsih-virobnikiv-molocnoi-produkcii-vukraini.

14. Бінерт О.В. Якість молочної продукції як конкурентна перевага на ринку. Інноваційна економіка. 2020. №1. С. 205-207

15. Сахно, А. А., Салькова, І. Ю., & Коваль, О. І. Значення категорії конкурентоспроможності як об" єкту управління. Регіональна бізнес-економіка та управління.-2017.-№ 4 (56).-С. 136-147.

16. Сахно, А. А., Салькова, І. Ю., & Слободянюк, А. О. (2019). Особливості оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. Регіональна бізнес-економіка та управління.-2019.-№ 1 (57).-С. 77-87.

17. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

18. Салькова І.Ю. (2017) Якість як необхідна передумова конкурентоспроможного розвитку птахопродуктового підкомплексу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2017. - № 2(2). - С. 122-125.

19. Князєва Т., Полоус О.. Фактори Впливу На Конкурентоспроможність Авіатранспортних Послуг В Світогосподарській Системі. Наукові Перспективи (Naukovì Perspektivi), 2022, 10 (28).

20. Sakhno, A. et al. (2023). The Efficiency Evaluation of Providing Excursion Services in the Tourist Activity of Ukraine. In: Beskopylny, A., Shamtsyan, M., Artiukh, V. (eds) XV International Scientific Conference

“Interagromash 2022”. Interagromash 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 574. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21432-5_129

21. Полоус О., Сібрук В., Луценко Є. Features of internet marketing application in the promotion policy of metallurgical enterprises //Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2022. – №. 1 (91). – С. 21-27.

22. Смерічевський С. Ф., Полоус О. В., Радченко Г. А. Маркетинг" зелених" технологій: Інноваційні споживчі потреби та інтелектуалізація людського капіталу : дис. – Національний авіаційний університет, 2022.

23. Polous O. System analysis of digitalization indices of Ukrainian enterprises //Ekonomichnyy analiz. – 2021. – Т. 30. – №. 1 (2). – С. 118-124.

24. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. — К. : НАУ, 2020. — 156 с.

25. Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Савельєв М.С. Оцінка лояльності споживачів до торгової марки / Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Савельєв М.С. // Науковий погляд: економіка та управління: науковий журнал. - Видавничий дім "Гельветика", 2021. - Випуск 1 (67). - С. 105-111.

26. С.Ф. Смерічевський, І.В.Кривов'язюк. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник. 3-тє видання, доповн. і переробл. Київ : Видавничий дім “Кондор”, 2021. 396 с.

27. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / С.Ф. Смерічевський, Т. В. Князєва, Ю. П. Колбушкін, та ін. – К. : НАУ, 2020. – 164 с.

28. Казанська О., Радченко Г., Чернова К. Ребрендинг як інструмент зміцнення бренду //Наука і техніка сьогодні. – 2022. – №. 12 (12).

29. Казанська О., Михальченко І., Радченко Г. Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку //Наукові інновації та передові технології. – 2022. – №. 7 (9).

30. Янчук Т. В., Салькова І. Ю., Буга Н. Ю. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами сучасних інформаційних технологій //Publishing House “Baltija Publishing”. – 2022.

31. Городецький, М. Я. (2020). Маркетингові дослідження–інструмент управління конкурентоздатністю підприємства. *Інноваційна економіка*, (5-6), 106-112.

32. Летуновська Н. Є., Сигида Л. О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. Бизнес Информ. 2020. №. 4 (495). С. 97-105.

33. Оксентюк Б. Сучасні методи оцінки та маркетингового забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності. Електронне наукове фахове видання" Соціально-економічні проблеми і держава". 2022. №. 2 (25). С. 482-490.

34. Вдовічена О. Г., Дюгованець О. М., Чернова І. В. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №. 2. С. 81-87.

35. Салькова І. Ю., Ковальчук І. В., Петіна Л. Б. Теоретичні основи інноваційного розвитку АПК України. Агросвіт. 2016. №. 7. С. 27-31.

36. Салькова І. Ю., Довгань Ю. В. Маркетингове дослідження глобального попиту на продукцію підприємств олійно-жирового підкомплексу. Міжнародний науковий журнал Інтернаука. 2019. №. 10 (3). С. 27-30.