

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

Факультет менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему: Розробка маркетингових методів підвищення
конкурентоспроможності органічної олії ТМ «Garna Organica» для
ТОВ «Сільпо-Фуд»

ШИФР КРБ.МПіТ.1.88-03.VI.6.1

Здобувача _____ Стеця С.О.
4 курсу групи ЕМ-481
Керівник _____ доц. Мільчева В.В.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від «15» червня 2024 р., протокол №17

Завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі _____ проф. Володимир ЛАГОДІЄНКО

Одеса – 2024 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І
МЕНЕДЖМЕНТУ ім.Г.Е.Вейнштейна

Факультет менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі
Ступінь вищої освіти перший (бакалавр)
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«27» вересня 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

здобувачу
Сергію СТЕЦЮ

1. Тема проекту (роботи) Розробка маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності органічної олії ТМ «Garna Organica» для ТОВ «Сільпо-Фуд» та керівник PhD, доц. Мільчева В.В., затверджені наказом ОНТУ від «27» вересня 2023 року № 542-03 та у редакції, затвердженій наказом від «9» лютого 2024 року № 88-03
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.06.2024 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» та його конкурентів, матеріали наукових публікацій з питань маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності продукції. Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд». Розділ 3. Розроблення пропозицій і маркетингових заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції. Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності підприємства, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал – презентація до захисту роботи.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 27.09.2023 р.

Керівник _____ PhD, доц. Мільчева В.В.

Завдання прийняв до виконання _____ Стець С.О.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми, обґрунтування її актуальності і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	до 15 серпня 2023 р.	виконано
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	до 22 серпня 2023 р.	виконано
3.	Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником.	до 10 жовтня 2023 р.	виконано
4.	Збір та узагальнення статистичного матеріалу за темою роботи за період 2021 – 2023 рр.	10 листопада 2023 р.	виконано
5.	Підготовка першого розділу кваліфікаційної роботи, узагальнення огляду літературних джерел. Висновки за розділом 1.	до 20 грудня 2023 р.	виконано
6.	Робота над другим розділом: розробка системи показників, макету аналітичних таблиць.	до 25 лютого 2024 р.	виконано
7.	Проходження комплексної практики з фаху та збирання первинного матеріалу власних спостережень за 2023 р.	25 лютого – 18 березня 2024 р.	виконано
8.	Виконання другого розділу кваліфікаційної роботи. Проведення аналітичної роботи та підготовка висновків за розділом 2.	до 01 квітня 2024 р.	виконано
9.	Розробка та оформлення третього розділу кваліфікаційної роботи. Висновки за розділом 3.	до 01 травня 2024 р.	виконано
10.	Подання роботи на перевірку науковому керівникові та доопрацювання тексту роботи і висновків. Завершення оформлення роботи та розробка висновків і пропозицій.	до 02 червня 2024 р.	виконано
11.	Перевірка роботи на плагіат. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії: доповідь, демонстраційні матеріали, попередній захист, подання текстової і графічної частини роботи до е-архіву кафедри та університету.	05-15 червня 2024 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи згідно затвердженого графіку роботи ЕК спеціальності 075 «Маркетинг»	18-21 червня 2024 р.	

Керівник проекту (роботи) _____ Мільчева В.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Здобувач-дипломник _____ Стець С.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Стець С.О.

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «бакалавр» здобувача Стеця С.О.

У кваліфікаційній роботі розглянуті питання щодо ефективних маркетингових стратегій, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності компанії. Це включає не лише традиційні методи просування, але й інноваційні підходи, орієнтовані на сучасні тенденції ринку та потреби споживачів.

Кваліфікаційна робота містить такі розділи:

1. Теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності продукції;
2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»;
3. Розроблення пропозицій і маркетингових заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка маркетингових методів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності органічної олії ТМ «Garna Organica» на ринку.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» у сегменті органічних продуктів харчування, зокрема органічної олії ТМ «Garna Organica». Предметом дослідження роботи є комплекс науково-теоретичних, методичних і прикладних аспектів маркетингових методів та стратегій, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності органічної олії ТМ «Garna Organica» на ринку.

У процесі дослідження будуть використані різноманітні методи, включаючи PESTEL-аналіз, аналіз конкурентного середовища за допомогою моделі п'яти конкурентних сил М. Портера, SWOT-аналіз, аналіз вторинних даних, опитування споживачів та експертів галузі, а також порівняльний аналіз маркетингових стратегій провідних компаній-конкурентів.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....	8
1.1 Конкурентоспроможність продукції: сутність поняття	8
1.2 Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції.....	12
1.3 Маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	16
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО- ФУД».....	23
2.1 Характеристика маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Сільпо- Фуд»	23
2.2 Аналіз макро- і мікросередовища ТОВ «Сільпо-Фуд»	25
2.3 Аналіз споживчих уподобань органічної олії.....	43
2.4 Оцінка конкурентоспроможності продукції ТМ «Garna Organica».....	54
Висновки до розділу 2.....	59
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ І МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....	61
3.1 Обґрунтування напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТМ «Garna Organica».....	61
3.2 Проєкт заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.....	63
3.3 Прогноз ефективності реалізації запропонованого проєкту заходів	71
Висновки до розділу 3.....	73
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТОК А	80

ВСТУП

Органічні продукти харчування набувають все більшої популярності серед споживачів, які цінують натуральність, екологічність та безпеку продуктів. Це спричиняє зростання попиту на органічну продукцію, зокрема органічну олію. Компанія ТОВ «Сільпо-Фуд», володіючи торговою маркою «Garna Organica», має значний потенціал для розширення своєї присутності на ринку та підвищення конкурентоспроможності своєї продукції.

Проте, попри зростаючий попит, конкуренція на ринку органічної продукції також зростає. Для досягнення успіху та забезпечення стійкого розвитку ТМ «Garna Organica» необхідно розробити ефективні маркетингові стратегії, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності компанії. Це включає не лише традиційні методи просування, але й інноваційні підходи, орієнтовані на сучасні тенденції ринку та потреби споживачів.

Метою даної кваліфікаційної роботи є розробка маркетингових методів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності органічної олії ТМ «Garna Organica» на ринку.

Завданнями дослідження є:

- вивчити теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності продукції;
- надати характеристику маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проаналізувати конкурентні переваги продукції конкурентів;
- проаналізувати споживчі вподобання;
- оцінити конкурентоспроможність продукції ТМ «Garna Organica»;
- обґрунтувати напрями підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТМ «Garna Organica»;
- розробити проєкт заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТМ «Garna Organica»;
- зробити прогноз ефективності реалізації запропонованого проєкту заходів.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» у сегменті органічних продуктів харчування, зокрема органічної олії ТМ «Garna Organica».

Предметом дослідження роботи є комплекс науково-теоретичних, методичних і прикладних аспектів маркетингових методів та стратегій, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності органічної олії ТМ «Garna Organica» на ринку.

У процесі дослідження будуть використані різноманітні методи, включаючи PESTEL-аналіз, аналіз конкурентного середовища за допомогою моделі п'яти конкурентних сил М. Портера, SWOT-аналіз, аналіз вторинних даних, опитування споживачів та експертів галузі, а також порівняльний аналіз маркетингових стратегій провідних компаній-конкурентів.

Практична значущість роботи полягає в розробці конкретних рекомендацій для ТОВ «Сільпо-Фуд» щодо покращення маркетингових стратегій для органічної олії ТМ «Garna Organica». Запропоновані заходи сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності продукції, збільшенню обсягів продажів, зміцненню іміджу бренду та забезпеченню стійкого зростання компанії на ринку органічних продуктів.

Таким чином, ця робота сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ТМ «Garna Organica» на ринку органічної продукції, забезпечуючи компанії стійке зростання та покращення її ринкових позицій.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті дослідження було проведено аналіз теоретичних засад підвищення конкурентоспроможності продукції, що дозволило визначити ключові фактори впливу на цей показник. На основі цього було надано характеристику маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд», включаючи аналіз макро- і мікросередовища компанії, споживчих вподобань та конкурентоспроможності продукції ТМ «Garna Organica». Виявлено, що компанія займає провідні позиції на ринку, проте стикається з високою конкуренцією та викликами, пов'язаними з економічною ситуацією в країні.

Аналіз конкурентних переваг продукції конкурентів показав, що основними факторами, які впливають на вибір споживачів, є органічність, смакові якості, наявність сертифікатів та репутація бренду. Вивчення споживчих уподобань вказує на високий попит на органічні ароматизовані олії, зокрема з часником, базиліком, чилі, лимоном та розмарином. Це дозволяє зробити висновок про доцільність розширення асортименту ТМ «Garna Organica» саме цими видами продукції.

Оцінка конкурентоспроможності продукції ТМ «Garna Organica» показала, що компанія має високий потенціал для подальшого зростання, завдяки високій якості продукції та відповідності міжнародним стандартам. Запропоновані напрями підвищення рівня конкурентоспроможності включають розширення асортименту та впровадження інновацій у виробництво.

Прогноз ефективності реалізації запропонованого проекту показав, що його впровадження сприятиме стійкому зростанню компанії на ринку органічних продуктів.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що ТОВ «Сільпо-Фуд» має всі необхідні ресурси та можливості для успішного розвитку та зміцнення своїх позицій на ринку органічних олій, а реалізація запропонованих заходів є доцільною та обґрунтованою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф., Картаджая Г., Сетьяван Ї. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: Видавнича група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
2. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару. // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка». 2016. №13. С. 369–376.
3. Zozulov A., Tsarova T. Approaches to understanding goods as an object of market exchange in industrial marketing // Збірник наукових праць VI Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Глобалізація напрямів формування промислового потенціалу в умовах постіндустріальних трансформацій», 18 грудня 2019 р. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2019. С. 34–35. URL: <http://ktpc-conf.kpi.ua/proc/article/view/191065>.
4. Воронюк, Т. А. Формування механізму конкурентоспроможності на підприємстві як керованого процесу. Український журнал прикладної економіки. 2019. Том 4. № 3. С. 139–148. ISSN 2415-8453. URL: http://ujae.org.ua/wpcontent/uploads/2020/02/ujae_2019_r03_a16.pdf
5. Батченко Л.В., Стариченко Т.В. Концептуальний підхід до конкурентоспроможності готельних підприємств України. Ефективна економіка. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6721>
6. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. С. 484.
7. Щурко У. Підходи до формування та реалізації конкурентних стратегій. Економіка та суспільство. Київ, 2018. С. 402-412.
8. Кузьо Н. Є. Дослідження конкурентоспроможності товарів власних торгових марок торговельних мереж України. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2018. № 22. С. 426– 431.

9. Болгарина Ю.Б. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Резерви економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств України. Кіровоград: ПРВЦ «КОД». 2019. С.41-44.
10. Хлопоніна-Гнатенко О. І. Особливості управління конкурентоспроможністю товару. In The XXIV International Scientific and Practical Conference «Current scientific opinions on the development of current education», June 19–21, Milan, Italy. 344 p. (p. 64).
11. Бабаченко Л., Ковшун Х., Портна Ю. Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 3 (19). URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/195625/195963>
12. Станкова А. С. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств. Економіка та суспільство. 2022. № 4. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2069>
13. Михієнко А. А., Манаєнко І, М. Competitiveness of the company in the international environment. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2023. №2 (18). С. XX-XX. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/uk/arkhiv2023-2/>
14. Богацька Н.М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства. Електронне наукове видання «Ефективна економіка». 2020. №4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/75.pdf
15. Nefedova A. G. Analysis of assessment methods of enterprise competitiveness. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ. 2019. №1. С. 110–116.
16. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2019. 256 с.
17. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2018. 352 с.
18. П'ятницька Г.Т. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 700 с

19. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб.. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.
20. Македон В.В., Курінна І.Г. Чинники впливу на організаційні процеси забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства. Науково-виробничий журнал. 2020. № 5 (116). С. 71-77.
21. Власенко І.В. Роль системи управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності продукції промислового підприємства. Економіка і організація управління. 2021. № 3 (43). С. 194-203.
22. Злидник М.І. Методологія оцінювання конкурентоспроможності продовольчої продукції. Економічний простір. 2021. № 168. С. 37-43.
23. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
24. Совершенна І.О., Остролуцький О.О. Маркетингові стратегії конкуренції: аналіз сучасних концепцій. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2020. №1. URL: <http://bit.ly/2wTsuW9>.
25. Євтушенко Н.О., Дрокіна Н.І., Савенко Н.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. «Економічний простір»: Збірник наукових праць. Дніпро: ПДАБА, 2020. №156. URL: <http://www.eprostir.dp.ua>.
26. Офіційний сайт ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: <https://silpo.ua>
27. Сільпо – супермаркети з родзинкою. PromoKarta. URL: <https://promokarta.com/torgovi-merezhi/silpo-supermarkety-z-rodzynkoiu>
28. Фінансова звітність ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: https://content.silpo.ua/uploads/2022/10/06/633e8a9c12767.pdf?_ga=2.67270673.1293468795.1683111970-541979981.1683111970
29. Офіційний сайт ТМ «Garna Organica». URL: <https://garnaorganica.com/>
30. Organic Info. Актуальні новини органічного сектору: 1-29 лютого 2024. URL: <https://organicinfo.ua/news/news-febr-2024/>

31. Organic Info. Підсумки 2023 року в органічному секторі. URL: <https://organicinfo.ua/news/results-of-2023/>

32. Infoindustria. Підсумки та перспективи органічного ринку в Україні. URL: <https://infoindustria.com.ua/pidsumki-ta-perspektivi-organichnogo-rinku-v-ukra%D1%97ni/>

33. Економічна правда. Тренд на органічне в Україні: як розвивається та що пропонує ринок. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/18/708903/>

34. Brandstory. ТОП-15 органічних брендів України. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-22-top-15-organicnih-brendiv-ukraini>

35. Brandstory. ТОП-10 найвпізнаваніших органічних брендів України. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-23-top-10-najvpiznavanisih-organicnih-brendiv-ukraini>

36. Pro Consulting. Аналітична записка щодо ринку вегетаріанських продуктів в Україні. 2023 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiticheskaya-zapiska-po-rynku-vegetarianskih-produktov-v-ukraine-2023-god>

37. Зелінський Ю.П. Аналіз методів для оцінки конкурентоспроможності підприємства в механізмі управління. Збірник наукових праць студентів, аспірантів та молодих вчених «Наука майбутнього». 2021. № 2(8). С. 221-228.

38. Сахно І. В., Сахненко О.І. Стратегічне управління як інструмент формування конкурентоспроможності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. № 31. С. 362–367.

39. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. (Економіка та управління підприємствами). Випуск 8. 2017. С. 405-410.

40. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. (Економіка та управління підприємствами). Випуск 8. 2017. С. 405-410.