

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

Навчально-науковий інститут економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна

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 надання послуг пасажирських перевезень АТ
«Укрзалізниця»

ШИФР КРБ.МПіТ.1.117-03.IV.4.3

Здобувачки _____ Леонової І.О.

3 курсу зі скор. т. н. 2 роки 10 міс.

групи МРз-481

Керівники _____ проф. Мардар М.Р.,

_____ доц. Донець Л.Я.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від « » червня 2026 р., протокол №

Завідувач кафедри маркетингу,

підприємництва і торгівлі _____ проф. Володимир ЛАГОДІЄНКО

Одеса – 2026 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна

Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі

Ступінь вищої освіти перший (бакалавр)

Спеціальність 075 "Маркетинг"

Освітньо-професійна програма "Маркетинг"

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«15» жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

здобувачці
Ірині ЛЕОНОВІЙ

1. Тема проекту (роботи) Розробка маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця» та керівники д.т.н., проф. Мардар М.Р., к.т.н., доц. Донець Л.Я., затверджені наказом ОНТУ від «15» жовтня 2025 року № 554-03 та у редакції, затвердженій наказом від «09» березня 2026 року № 117-03.

2. Строк подання студентом проекту (роботи) 12.06.2026 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані АТ «Укрзалізниця», показники маркетингової діяльності підприємства, наукові публікації, інформація про ринок пасажирських перевезень України та результати аналізу конкурентного середовища.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця»; Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності АТ «Укрзалізниця»; Розділ 3. Розроблення пропозицій і маркетингових заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень для АТ «Укрзалізниця»; Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний і графічний матеріал з аналізу діяльності АТ «Укрзалізниця»; PESTEL-аналіз; модель п'яти сил М. Портера; матриця Ансоффа; комплекс маркетингу 5P; розрахунок ROMI; презентація до захисту кваліфікаційної роботи.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

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

Дата видачі завдання 15.10.2025 р.

_____ д.т.н., проф. Мардар М.Р.,
 _____ к.т.н., доц. Донець Л.Я.
 Завдання прийняв до виконання _____ Леонова І.О.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір робочого варіанту теми і призначення керівника кваліфікаційної роботи.	до 15 вересня 2025 р.	виконано
2.	Затвердження робочого варіанту теми кваліфікаційної роботи	16–26 вересня 2025 р.	виконано
3.	Формування подання кафедри до наказу на затвердження теми та керівника. Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником та завідувачем кафедри.	27 вересня–15 жовтня 2025 р.	виконано
4.	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи. Підготовка першого розділу, написання тез та статей та подання на перевірку науковому керівнику	16 жовтня 2025 р. – 1 лютого 2026 р.	виконано
5.	Проходження комплексної практики, збір даних підприємства. Уточнення теми кваліфікаційної роботи	2 лютого – 2 березня 2026 р.	виконано
6.	Обробка та узагальнення зібраного матеріалу за темою роботи, подання на перевірку науковому керівнику другого розділу	3 березня - 3 квітня 2026 р.	виконано
7.	Підготовка першого (чорнового) варіанту всієї роботи і подання його на прочитання науковим керівником.	4 квітня –25 квітня 2026 р.	виконано
8.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час практики, і подання її на друге читання.	26 квітня - 22 травня 2026 р.	виконано
9.	Подання кваліфікаційної роботи для перевірки на плагіат та визначення ступеня унікальності роботи встановленим нормативам	23-31 травня 2026 р.	виконано
10.	Подання кваліфікаційної роботи для попереднього захисту на кафедрі, перевірка оформлення роботи та підготовка супровідної документації	01 - 05 червня 2026 р.	виконано
11.	Подання роботи на зовнішнє рецензування	06-11 червня 2026р.	виконано
12.	Подання кваліфікаційної роботи (текстова частина) та графічної частини (презентація) до електронного архіву та в екзаменаційну комісію	12-15 червня 2026 р.	виконано
13.	Захист виконаної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.	17 червня 2026 р.	

Керівники проекту (роботи)_____ Мардар М.Р.
(підпис) (прізвище та ініціали)_____ Донець Л.Я.
(підпис) (прізвище та ініціали)**Здобувач-дипломник**_____ Леонова І.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 _____ Леонова І.О.

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «Бакалавр» на тему: «Розробка маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця»»

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця». Досліджено особливості функціонування ринку транспортних послуг України, сучасні тенденції розвитку пасажирських перевезень, а також маркетингові методи формування конкурентних переваг підприємства.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел.

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця».

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність АТ «Укрзалізниця» у сфері пасажирських перевезень.

Предметом дослідження є маркетингові методи, інструменти та управлінські рішення щодо підвищення конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця».

Для проведення дослідження були використані такі методи, як PESTEL-аналіз для оцінки факторів макросередовища; модель п'яти конкурентних сил М. Портера для аналізу конкурентного середовища; SWOT-аналіз для визначення сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і загроз; методи оцінки конкурентоспроможності послуг; аналіз споживчих уподобань; матриця «товар-ринок» І. Ансоффа для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку; комплекс маркетингу 5P; методи експертного, параметричного та інтегрального оцінювання; розрахунок показника ROMI для визначення ефективності маркетингових заходів.

У роботі проведено аналіз маркетингової діяльності АТ «Укрзалізниця», досліджено конкурентне середовище ринку пасажирських перевезень, проаналізовано споживчі уподобання пасажирів та оцінено рівень конкурентоспроможності транспортних послуг підприємства. На основі проведеного дослідження запропоновано комплекс маркетингових заходів, спрямованих на підвищення якості обслуговування, розвиток digital-маркетингу, удосконалення цифрових сервісів, модернізацію транспортного продукту та підвищення рівня лояльності пасажирів.

Загальний обсяг роботи складає 113 сторінок, робота містить рисунки, таблиці, графічний та аналітичний матеріал, список використаних джерел.

Ключові слова: конкурентоспроможність, пасажирські перевезення, АТ «Укрзалізниця», маркетингова діяльність, транспортні послуги, PESTEL-аналіз, SWOT-аналіз, digital-маркетинг, ROMI, маркетингові методи.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»	7
1.1 Конкурентоспроможність надання послуг пасажирських перевезень: сутність поняття.....	7
1.2 Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця»	12
1.3 Маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень	16
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»	23
2.1 Характеристика маркетингової діяльності АТ «Укрзалізниця»	23
2.2 Аналіз макро- і мікросередовища АТ «Укрзалізниця»	30
2.3 Аналіз конкурентних переваг надання послуг конкурентів АТ «Укрзалізниця»	42
2.4 Аналіз споживчих уподобань надання послуг пасажирських перевезень	57
Висновки до розділу 2.....	63
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ І МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ДЛЯ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»	66
3.1 Обґрунтування напрямів (шляхів) підвищення рівня конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень для АТ «Укрзалізниця»	66
3.2 Формування програми заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень для АТ «Укрзалізниця»	79
3.3 Прогноз ефективності реалізації запропонованих маркетингових заходів.....	85
Висновки до розділу 3.....	90
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	95
ДОДАТКИ	98

ВСТУП

Ринок транспортних послуг характеризується високим рівнем конкуренції між різними видами перевезень, зростанням вимог споживачів до якості обслуговування, цифровізації сервісів, комфортності та швидкості перевезень. У таких умовах підприємства транспортної галузі повинні не лише забезпечувати стабільність роботи, а й активно впроваджувати сучасні маркетингові методи для утримання та розширення клієнтської бази.

Особливе місце у транспортній системі України займає АТ «Укрзалізниця», яке є стратегічно важливим державним підприємством та одним із найбільших перевізників країни. Компанія забезпечує значні обсяги пасажирських перевезень, підтримує транспортне сполучення між регіонами, виконує важливу соціальну функцію та відіграє ключову роль у забезпеченні мобільності населення. Водночас АТ «Укрзалізниця» функціонує в умовах посилення конкуренції з боку автобусних перевізників, приватного автотранспорту та потенційної конкуренції з авіакомпаніями після відновлення повітряного сполучення.

Актуальність теми дипломного проєкту зумовлена необхідністю пошуку ефективних маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця». Сучасні пасажирі оцінюють транспортні послуги не лише за вартістю, а й за рівнем комфорту, безпеки, пунктуальності, цифрової зручності, швидкості перевезень та якістю сервісу. Тому для збереження конкурентних позицій підприємству необхідно вдосконалювати маркетингову діяльність, розвивати цифрові сервіси, модернізувати транспортний продукт та підвищувати рівень клієнтоорієнтованості.

Метою дипломного проєкту є розробка маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності надання послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця».

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити теоретичні засади конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень;
- охарактеризувати маркетингову діяльність АТ «Укрзалізниця»;
- провести аналіз макро- і мікросередовища підприємства;
- проаналізувати конкурентні переваги основних конкурентів АТ «Укрзалізниця»;
- дослідити споживчі уподобання пасажирів;
- оцінити рівень конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень;
- розробити маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність АТ «Укрзалізниця» у сфері пасажирських перевезень.

Предметом дослідження є маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця».

У процесі дослідження використано такі методи: порівняльний аналіз, PESTEL-аналіз, модель п'яти сил М. Портера, метод анкетування, метод експертних оцінок, графічний та табличний методи дослідження.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті проведеного дослідження було розглянуто теоретичні та практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень АТ «Укрзалізниця». Встановлено, що конкурентоспроможність підприємства формується під впливом економічних, технічних, організаційних і маркетингових факторів. Особливе значення мають якість обслуговування, рівень цифровізації, комфортність перевезень, ефективність комунікацій із пасажирями та здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

У теоретичній частині роботи визначено сутність конкурентоспроможності послуг пасажирських перевезень та охарактеризовано основні фактори її формування. Доведено, що сучасні маркетингові методи, цифрові технології та клієнтоорієнтований підхід є важливими умовами забезпечення конкурентних переваг АТ «Укрзалізниця».

У процесі аналізу маркетингової діяльності підприємства встановлено, що АТ «Укрзалізниця» має значний потенціал розвитку завдяки масштабності транспортної мережі, високому рівню впізнаваності бренду та стратегічному значенню для держави. Водночас виявлено проблеми, які негативно впливають на рівень конкурентоспроможності, серед яких: зношеність рухомого складу, недостатній рівень комфортності вагонів, нерівномірна якість сервісу та потреба у вдосконаленні цифрових сервісів.

Проведений PESTEL-аналіз показав, що найбільший вплив на діяльність підприємства мають політичні, економічні та технологічні фактори. Воєнний стан, інфляція та зростання витрат створюють додаткові ризики для діяльності компанії, тоді як цифровізація та євроінтеграційні процеси відкривають перспективи для розвитку та модернізації транспортної системи.

У третьому розділі було розроблено проект заходів щодо підвищення конкурентоспроможності АТ «Укрзалізниця». Запропоновано модернізацію вагонів, розвиток швидкісного сполучення, удосконалення цифрових сервісів,

впровадження CRM-системи, програм лояльності та активізацію digital-маркетингу. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню рівня задоволеності пасажирів, покращенню іміджу підприємства та зміцненню його ринкових позицій.

У процесі дослідження було визначено основні напрями підвищення конкурентоспроможності АТ «Укрзалізниця», серед яких технічний, сервісний, цифровий, ціновий, комунікаційний, кадровий, організаційний та іміджевий напрями. Обґрунтовано доцільність використання матриці «товар – ринок» І. Ансоффа та комплексу маркетингу 5Р, що дозволило визначити стратегічний орієнтир розвитку підприємства. За результатами аналізу встановлено, що найбільш ефективною для АТ «Укрзалізниця» є стратегія розвитку послуги, яка передбачає вдосконалення існуючих пасажирських перевезень шляхом модернізації рухомого складу, розвитку цифрових сервісів, підвищення рівня комфорту та покращення якості обслуговування пасажирів.

Проведений прогноз ефективності реалізації запропонованих заходів із використанням показника ROMI підтвердив економічну доцільність маркетингових інвестицій. Середній показник рентабельності маркетингових вкладень становить 58,6%, що свідчить про ефективність запропонованої стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

За результатами дослідження рекомендовано:

- прискорити модернізацію пасажирського рухомого складу;
- удосконалити цифрові сервіси та мобільний додаток;
- впровадити CRM-систему та програму лояльності;
- активізувати digital-маркетинг і комунікацію з пасажирами;
- підвищити рівень клієнтоорієнтованості персоналу;
- розвивати партнерські туристичні проєкти.

Отже, реалізація запропонованих заходів дозволить АТ «Укрзалізниця» підвищити конкурентоспроможність послуг пасажирських перевезень, покращити якість транспортного обслуговування та забезпечити

довгостроковий розвиток підприємства в умовах конкурентного транспортного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дикань В. Л., Позднякова Л. О. Управління конкурентоспроможністю підприємств транспорту: навч. посіб. Харків: УкрДУЗТ, 2020. 315с.
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Київ: Хімджест, 2018. 720с.
3. Мних О. Б. Конкурентоспроможність підприємства: теорія та практика : монографія. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 412с.
4. Наконечний В. М., Бойко О. П. Організація пасажирських перевезень на транспорті : навч. посіб. Київ: Кондор, 2021. 278с.
5. Укрзалізниця. Офіційний сайт. URL: <https://www.uz.gov.ua> (дата звернення: 06.05.2026).
6. Гудкова В. П. Конкурентоспроможність підприємств транспортної галузі: монографія. Київ : ДЕТУТ, 2019. 368с.
7. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2017. 448 с.
8. Кулаєв Ю. Ф., Журавель В. П. Економіка і організація пасажирських перевезень: навч. посіб. Київ: Логос, 2018. 392с.
9. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком підприємства: підручник. Суми: Університетська книга, 2020. 324с.
10. Укрзалізниця. Річний звіт АТ «Укрзалізниця» за 2024 рік. URL: <https://www.uz.gov.ua/about/investors/issuer/> (дата звернення: 06.05.2026).
11. Балабанова Л. В. Маркетинг послуг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 368с.
12. Пономарьова О. Б. Управління якістю транспортних послуг: навч. посіб. Харків: ХНАДУ, 2018. 290с.
13. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Діалектика, 2020. 880с.

14. Ілляшенко С. М. Інноваційний маркетинг: підручник. Суми: Університетська книга, 2021. 334с.
15. European Bank for Reconstruction and Development. Ukraine Railways UZ Emergency Support: Board Report. 2025. URL: https://www.ebrd.com/content/dam/ebd_dxp/documents/project/54150/ukraine-railways-uz-emergency-support-board-report.pdf (дата звернення: 06.05.2026).
16. Залеський О. Цифрова трансформація пасажирської складової АТ «Укрзалізниця». Економіка та суспільство. 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6292> (дата звернення: 06.05.2026).
17. Укрзалізниця відновила 90% пасажирських онлайн-сервісів після масштабної кібератаки. Міністерство розвитку громад та територій України. 2025. URL: <https://mindev.gov.ua/news/ukrzeliznytsia-vidnovyla-90-pasazhyrskykh-onlain-servisiv-pislia-masshtabnoi-kiberataky> (дата звернення: 06.05.2026).
18. Porter M. E. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів. Київ: Наш формат, 2020. 424с.
19. FlixBus. Офіційний сайт. URL: <https://www.flixbus.ua> (дата звернення: 06.05.2026).
20. Günsel Group. Офіційний сайт. URL: <https://gunsel.ua> (дата звернення: 06.05.2026).
21. Ecolines. Офіційний сайт. URL: <https://ecolines.net> (дата звернення: 06.05.2026).
22. Autolux. Офіційний сайт. URL: <https://autolux.ua> (дата звернення: 06.05.2026).
23. SkyUp Airlines. Офіційний сайт. URL: <https://skyup.aero> (дата звернення: 06.05.2026).
24. Wizz Air. Офіційний сайт. URL: <https://www.wizzair.com> (дата звернення: 06.05.2026).

25. Ryanair. Офіційний сайт. URL: <https://www.ryanair.com> (дата звернення: 06.05.2026).
26. Кулаєв Ю. Ф. Маркетинг транспортних послуг: навч. посіб. Київ: Кондор, 2021. 312с.
27. Литвин В. В., Новицький О. В. Розробка методики визначення конкурентоспроможності послуг пасажирських перевізників // Економічний простір. 2018. №132. С. 72–82.
28. Naumova O. E. Service as a factor of improving competitiveness of railway passenger transportation // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2012. №38. С. 185–188.
29. Dziaduch I., Krukowska H., Pawęzka K. Assessing Public Transport Quality Using AHP and SUTI Methods: A Case Study // Sustainability. 2024. Vol. 16, №24. Article 11182. DOI: 10.3390/su162411182.