

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

### **«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ»**

Виконала: здобувачка 4 курсу,

групи МГ-16-зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Кущова Вікторія Сергіївна

Керівник: Мостова А.Д., к.е.н., доцент

**Дніпро  
2020**

**АНОТАЦІЯ**

*Кушова В.С. «Конкурентоспроможність підприємства та основні напрямки її підвищення»*

У кваліфікаційній роботі проаналізовано теоретично-методичні основи конкурентоспроможності підприємства, здійснено аналіз маркетингового середовища ПАТ «АВК», , проведено SWOT-аналіз, проведено аналіз кондитерського ринку, на якому компанія здійснює свою діяльність, здійснено оцінку конкурентоспроможності з використанням інтегрального показника конкурентоспроможності. На основі маркетингового дослідження розроблено заходи з підвищення конкурентоспроможності компанії: оновлення асортименту та удосконалення просування. З урахуванням переваг, певних недоліків підприємства та сучасного конкурентного середовища, було запропоновано провести деякі оновлення в діяльності «АВК», саме-в асортименті та маркетингових заходах, що призведе до утримання позицій лідера, а також їх покращення на ринку. Розраховано маркетинговий бюджет запропонованих заходів.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, маркетинговий бюджет, кондитерський ринок, маркетинговий аналіз компанії, підвищення конкурентоспроможності.

## SUMMARY

*Kushchova V. «Competitiveness of the enterprise and main directions of its improvement»*

The bachelors thesis analyzes the theoretical and methodological foundations of the company's competitiveness, analyzes the marketing environment of PJSC "AVK", conducts a SWOT-analysis, analyzes the confectionery market in which the company operates, evaluates competitiveness using an integrated competitiveness indicator. On the basis of marketing research, measures have been developed to increase the company's competitiveness: updating the range and improving promotion. Taking into account the advantages, certain shortcomings of the company and the modern competitive environment, it was proposed to make some updates in the activities of "AVK", namely in the range and marketing activities, which will maintain the leading position and improve them in the market. The marketing budget of the proposed measures is calculated.

**Key words:** competitiveness, marketing budget, confectionery market, marketing analysis of the company, increasing competitiveness.

## ЗМІСТ

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                    | 6  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....                                          | 8  |
| 1.1. Сутність конкурентоспроможності та її основні складові .....                                             | 8  |
| 1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності компанії.....                                                       | 12 |
| 1.3. Способи пошуку та розвитку конкурентних переваг.....                                                     | 19 |
| РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ «АВК».....                                           | 25 |
| 2.1. Загальна характеристика ПАТ «АВК».....                                                                   | 25 |
| 2.2. Аналіз тенденцій кондитерського ринку України .....                                                      | 29 |
| 2.3. Сегментування ринку кондитерських виробів та позиціонування продукції «АВК».....                         | 35 |
| 2.4. SWOT- аналіз компанії «АВК».....                                                                         | 43 |
| 2.5. Аналіз конкурентного середовища та конкурентоспроможність компанії «АВК».....                            | 46 |
| РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....                                                      | 50 |
| 3.1. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності компанії на основі маркетингового дослідження ..... | 50 |
| 3.2. Економічне обґрунтування та маркетинговий бюджет запропонованих заходів .....                            | 56 |
| 3.3. Очікуваний ефект запропонованих заходів в контексті підвищення конкурентоспроможності.....               | 63 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                 | 66 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                               | 68 |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                  | 73 |