

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи МГ-19

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Вітер Катерина Ігорівна

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т.С., зав. каф., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2023

АНОТАЦІЯ *

Viter K.I. Основні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні засади конкурентоспроможності підприємства, проведено аналіз маркетингової діяльності підприємства та розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності, а саме: дослідження рівня задоволеності з метою підвищення конкурентоспроможності на підприємстві; рекомендації щодо оцінювання рівня обслуговування клієнтів з метою підвищення конкурентоспроможності на підприємстві.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, торгове підприємство, аналіз маркетингового середовища, рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності.

Viter K.I. The main directions of increasing the competitiveness of the enterprise.

The qualification paper considered the theoretical foundations of the enterprise's competitiveness, conducted an analysis of the enterprise's marketing activities and developed recommendations for increasing competitiveness, namely: research on the level of satisfaction with the aim of increasing the enterprise's competitiveness; recommendations for assessing the level of customer service in order to increase the competitiveness of the enterprise.

Keywords: product competitiveness, trading company, analysis of the marketing environment, recommendations for increasing competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Сутність і чинники конкурентоспроможності підприємства	7
1.2. Методи і критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «ПРОДУКТОВИЙ»	26
2.1. Загальні відомості про торгове підприємство «Продуктовий»	26
2.2. Аналіз маркетингово середовища	33
2.3. Аналіз стану маркетингових активностей магазину	
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАГАЗИНУ «ПРОДУКТОВИЙ»	43
3.1. Дослідження рівня задоволеності з метою підвищення конкурентоспроможності на підприємстві	43
3.2. Рекомендації щодо оцінювання рівня обслуговування клієнтів з метою підвищення конкурентоспроможності на підприємстві	46
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57