

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-19
Спеціальності 075 Маркетинг
Рощина Маргарита Володимирівна

Керівник: Красовська О.Ю., д.е.н, проф.

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Рощина М.В. Інструменти маркетингових досліджень в управлінні конкурентоспроможністю продукції підприємства

Кваліфікаційна робота присвячена питанням управління конкурентоспроможністю продукції підприємства за допомогою інструментарію маркетингових досліджень. В першому розділі розглянуті теоретичні засади проведення маркетингових досліджень та управління конкурентоспроможністю продукції, другий розділ присвячений аналізу діяльності нідерландського преміального косметичного бренду «Rituals Cosmetics», в третьому розділі роботи досліджено конкурентне середовище мальтійського ринку косметичної продукції щодо обґрунтування доцільності виходу компанії «Rituals Cosmetics» на новий ринок, проведено маркетингове дослідження та зроблена оцінка конкурентоспроможності продукції компанії, розроблені рекомендації щодо управління конкурентоспроможністю продукції «Rituals Cosmetics» та запропоновано економічне обґрунтування заходів.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, маркетингові дослідження, управління конкурентоспроможністю, косметична продукція, дослідження ринку, SWOT-аналіз, аналіз конкурентоспроможності, ринок Мальти.

SUMMARY

Roshchyna M.V. Marketing research tools in the product competitiveness management of the enterprise

The qualifying work is devoted to the issues of managing the competitiveness of enterprise products through the toolkit of marketing research. The first section examines the theoretical foundations of conducting marketing research and managing product competitiveness. The second section focuses on the analysis of the activities of the Dutch premium cosmetic brand "Rituals Cosmetics." The third section explores the competitive environment of the Maltese market for cosmetic products to substantiate the feasibility of "Rituals Cosmetics" entering the new market. A marketing research is conducted, and an evaluation of the company's product competitiveness is made. Recommendations for managing the competitiveness of "Rituals Cosmetics" products are developed, along with an economic justification of the measures proposed.

Key words: product competitiveness, marketing research, competitiveness management, cosmetic products, market research, SWOT analysis, competitiveness analysis, Maltese market.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ	9
1.1. Формування конкурентоспроможності продукції та її складові.....	9
1.2 Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції.....	13
1.3 Інструменти оцінки та управління конкурентоспроможністю продукції.....	15
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «RITUALS COSMETICS»	30
2.1 Характеристика компанії «Rituals Cosmetics».....	30
2.2 Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	32
2.3 Аналіз українського ринку косметичної продукції.....	39
2.4. PEST-аналіз зовнішнього середовища компанії «Rituals Cosmetics».....	43
2.5 SWOT аналіз компанії «Rituals Cosmetics».....	49
РОЗДІЛ 3 УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА «RITUALS COSMETICS»	55
3.1 Дослідження конкурентного середовища мальтійського ринку косметичної продукції та обґрунтування доцільності виходу компанії “Rituals Cosmetics” на новий ринок.....	55
3.2. Маркетингове дослідження та оцінка конкурентоспроможності продукції компанії «Rituals Cosmetics» на ринку Мальти.....	60
3.3. Рекомендації щодо управління конкурентоспроможністю продукції компанії «Rituals Cosmetics» на ринку Мальти.....	67
3.4. Економічне обґрунтування запропонованих заходів.....	69
ВИСНОВКИ	75
ДЖЕРЕЛА	78
ДОДАТКИ	83