

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему

**«Конкурентоспроможність продукції підприємства і
розробка заходів щодо її підвищення»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГР19-1
Спеціальності 075 Маркетинг
Гавреш Іван Сергійович

Керівник: Мостова А.Д., д.е.н., проф.

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Гавреш І. С. Конкурентоспроможність продукції підприємства і розробка заходів щодо її підвищення.

Робота розпочинається з вивчення теоретичних аспектів конкурентоспроможності, її визначення та ключових компонентів. Після цього проводиться аналіз ринкових тенденцій, вимог споживачів та поведінки конкурентів, що дозволяє зрозуміти поточну позицію підприємства на ринку.

На основі отриманих даних розробляються конкретні заходи для підвищення конкурентоспроможності продукції. Це включає розробку інноваційних рішень, впровадження нових технологій, удосконалення виробничих процесів, підвищення якості продукції та надання кращого обслуговування клієнтам. До цього також додається аналіз можливостей адаптації до змін у ринкових умовах та швидкого реагування на зміни попиту.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, підприємство, підвищення, заходи, аналіз, ринкові тенденції, вимоги споживачів, конкуренти, інновації, технології, виробничі процеси, якість, обслуговування, адаптація, попит, рекомендації.

SUMMARY

Gavresh I. S. Competitiveness of the company's products and the development of measures to increase it.

The work begins with the study of theoretical aspects of competitiveness, its definition and key components. After that, an analysis of market trends, consumer requirements and competitors' behavior are carried out, which makes it possible to understand the current position of the enterprise on the market.

On the basis of the received data, specific measures are developed to increase the competitiveness of products. This includes developing innovative solutions, implementing new technologies, improving production processes, improving product quality, and providing better customer service. An analysis of the possibilities of adaptation to changes in market conditions and rapid response to changes in demand is also added to this.

Keywords: product competitiveness, enterprise, promotion, measures, analysis, market trends, consumer requirements, competitors, innovations, technologies, production processes, quality, service, adaptation, demand, recommendations.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Сутність та форми економічної конкуренції.....	9
1.2. Наукові підходи до визначення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	19
1.3. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.....	22
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	29
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства.....	29
2.2. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства.....	36
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	46
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....	50
2.5. SWOT- аналіз.....	54
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	57
3.1. Рекомендації щодо вдосконалення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	57
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.....	61
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	63
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72