

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

### **«Маркетингове дослідження конкурентоспроможності торгівельної марки та основні напрямки її підвищення»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Кулініченко Катерина Віталіївна

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

**Дніпро**  
**2024**

## АНОТАЦІЯ

**Кулініченко К.В. Маркетингове дослідження конкурентоспроможності торгівельної марки та основні напрямки її підвищення.**

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів конкурентоспроможності торгової марки. Розглянуто теоретичні основи маркетингових досліджень конкурентоспроможності. Проаналізовано маркетингове середовище ТМ «Vladi Toys». Представлені напрями підвищення конкурентоспроможності ТМ «Vladi Toys». В процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо покращення конкурентоспроможності ТМ «Vladi Toys». Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

**Ключові слова:** торгова марка, маркетингові дослідження конкурентоспроможність, впізнаність торгової марки.

## SUMMARY

**Kulinichenko K.V. Marketing Research on Brand Competitiveness and Main Directions for Its Enhancement.**

This qualification work is dedicated to studying the theoretical principles and practical aspects of the competitiveness of a trade brand. The theoretical foundations of marketing research on competitiveness are considered. The marketing environment of the "Vladi Toys" brand is analyzed. Directions for enhancing the competitiveness of the "Vladi Toys" brand are presented. Conclusions and suggestions for improving the competitiveness of the "Vladi Toys" brand are made during the work. The results of the developments can be applied in practical marketing activities.

**Keywords:** trade brand, marketing research, competitiveness, brand recognition.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ .....	8
1.1. Роль маркетингу і маркетингових досліджень в діяльності підприємства	8
1.2. Маркетингове дослідження конкурентоспроможності ТМ.....	10
1.3. Напрями підвищення конкурентоспроможності торговельної марки.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТМ «VLADI TOYS» ....	23
2.1. Характеристика підприємства і історична довідка ТМ «Vladi Toys».....	23
2.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства .....	25
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	37
2.4. Аналіз мікросередовища.....	47
2.5. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз.....	55
2.6. SWOT-аналіз середовища ТМ «Vladi Toys».....	57
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТМ «VLADI TOYS» .....	60
3.1. Оцінка конкурентоспроможності ТМ «Vladi Toys» .....	60
3.2. Маркетингове дослідження конкурентоспроможності ТМ «Vladi Toys».....	64
3.3. Розробка та обґрунтування заходів з підвищення конкурентоспроможності .....	76
ВИСНОВОК.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	85
ДОДАТКИ.....	90