

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-22 в м
Спеціальності 075 Маркетинг
Міхеєва Ангеліна Ігорівна
Керівник: Овчаренко О. В. к. е. н., доцент

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Міхєєва А. І. Використання елементів комплексу маркетингу для збільшення конкурентоспроможності підприємства

Для досягнення мети кваліфікаційної робота розглянуто теоретико-методичні аспекти використання елементів комплексу маркетингу для збільшення конкурентоспроможності підприємства. Проведено аналіз маркетингових середовищ підприємства «ОкО» для подальшої оцінки ефективності використання елементів комплексу маркетингу для збільшення його конкурентоспроможності. На основі отриманих результатів запропоновано шляхи вдосконалення використання елементів комплексу маркетингу та напрямки їх реалізації для збільшення конкурентоспроможності підприємства «ОкО».

Ключові слова: комплекс маркетингу, конкурентоспроможність, споживачі, конкуренти, ринок.

SUMMARY

Mikheieva A. I. Using marketing mix components to increase the competitiveness of the company

To achieve the goal of the qualification work, theoretical and methodological aspects of using marketing mix elements to enhance the competitiveness of the enterprise have been considered. An analysis of the marketing environment of the "OkO" company has been conducted for further evaluation of the effectiveness of using marketing mix elements to increase its competitiveness. Based on the obtained results, ways to improve the use of marketing mix elements and directions for their implementation to increase the competitiveness of the "OkO" company are proposed.

Keywords: Marketing mix, Competitiveness, Consumers, Competitors, Market.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Сутність конкурентоспроможності підприємства та механізм її забезпечення	9
1.2 Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетингу	12
1.3 Методологія використання елементів комплексу маркетингу для збільшення конкурентоспроможності підприємства	18
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВОМ «ОКО» ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	24
2.1 Загальна характеристика та аналіз господарської діяльності підприємства	24
2.2 Аналіз зовнішнього середовища підприємства	32
2.3 Аналіз ефективності використання елементів комплексу маркетингу підприємством для збільшення його конкурентоспроможності	43
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ З ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «ОКО»	48
3.1 Шляхи вдосконалення використання елементів комплексу маркетингу для збільшення конкурентоспроможності підприємства	48
3.2 Заходи реалізації шляхів вдосконалення використання елементів комплексу маркетингу для збільшення конкурентоспроможності підприємства	50
3.3 Обґрунтування економічної доцільності запропонованих заходів	61
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71