

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«МАРКЕТИНГОВА КОНКУРЕНТОСПРО-
МОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ
НАПРЯМКИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Кремньова Уляна Михайлівна

ПІБ

Керівник: Гамзаг О.В., к.е.н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Кремньова У.М. Маркетингова конкурентоспроможність підприємства та основні напрями її підвищення.

У кваліфікаційній роботі бакалавра досліджено теоретичні та методичні основи формування та забезпечення маркетингової конкурентоспроможності підприємства. Проведено всебічний аналіз маркетингової діяльності корпорації «Біосфера», виявлено основні чинники, що впливають на його позиції на ринку, а також здійснено маркетинговий аудит. З урахуванням специфіки продукції підприємства та конкурентного середовища розроблено практичні рекомендації щодо підвищення маркетингової конкурентоспроможності, зокрема запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу, що дозволить ефективніше адаптувати маркетингові інструменти до потреб споживачів. Також рекомендовано здійснювати внутрішній маркетинговий аудит двічі на рік для своєчасного виявлення проблем і реалізації коригувальних заходів. Застосування запропонованих заходів сприятиме зміцненню ринкових позицій корпорації «Біосфера» та забезпеченню його сталого розвитку в умовах конкурентного середовища.

Ключові слова: маркетингова конкурентоспроможність, маркетингова стратегія, організація маркетингової діяльності, маркетинговий аудит, аналіз конкурентних переваг, підвищення ефективності маркетингу.

SUMMARY

Kremneva U.M. Marketing competitiveness of the enterprise and the main directions of its improvement.

The bachelor's qualification work explores the theoretical and methodological foundations of the formation and maintenance of the marketing competitiveness of the enterprise. A comprehensive analysis of the marketing activities of the enterprise "Biosphere" was conducted, the main factors influencing its position in the market were identified, and a marketing audit was also carried out. Taking into account the specifics of the enterprise's products and the competitive environment, practical recommendations were developed to increase marketing competitiveness, in particular, the introduction of a product model of the marketing department organization was proposed, which would allow more effectively adapting marketing tools to the needs of consumers. It is also recommended to conduct an internal marketing audit twice a year for timely identification of problems and implementation of corrective measures. The application of the proposed measures will contribute to strengthening the market positions of the enterprise " Biosphere" and ensuring its sustainable development in a competitive environment.

Keywords: marketing competitiveness, marketing strategy, organization of marketing activities, marketing audit, analysis of competitive advantages, increasing marketing efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1	12
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
1.1 Сутність та принципи маркетингової конкурентоспроможності підприємства на ринку.....	12
1.2. Методи дослідження конкурентоспроможності підприємства на ринку	19
1.3. Маркетингові інструменти посилення конкурентоспроможності підприємства на ринку.....	23
РОЗДІЛ 2	26
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОРПОРАЦІЇ “БІОСФЕРА” ...	26
2.1 Характеристика підприємства	26
2.2 Аналіз ринку засобів особистої гігієни.....	33
2.3 Сегментування ринку за трьома критеріями і вибір цільових сегментів та багатокритеріальне сегментування, визначення цільових сегментів і складання профілю споживача	40
2.4 Структура продажів корпорації “Біосфера”	44
2.5 PEST-аналіз та SWOT-аналіз	47
2.6 Оцінка конкурентоспроможності підприємства методом багатокутника конкурен-тоспроможності.....	54
РОЗДІЛ 3	59
РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	59
3.1 Розробка заходів, щодо підвищення маркетингової конкурентоспроможності підприємства.....	59
3.2. Розробка сайту, як засіб підвищення маркетингової конкурентоспроможності корпорації “Біосфера”	62
3.2 Розробка нового екологічного товару, як засіб підвищення маркетингової конкурентоспроможності корпорації “Біосфера”	66
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78