УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та визначення шляхів її підвищення»

Виконала: здобувачка 4 курсу,

Групи МГр-19-1

Спеціальності 075 Маркетинг
шифр і назва
Стахова Катерина Андрієвна
ПІБ
Керівник: Білоткач І.А., к.е.н., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2023

А Н О Т А Ц І Я

Стахова К.А. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та визначення шляхів її підвищення

Сучасний економічний розвиток знаходиться у стані постійного рухута поступово стає все більш складною системою. Тому, у зв'язку із сьогоденними реаліями ринкової економіки та зшнішньою військовою агресією, одним з основних та невідкладних завдань будь-якого підприємства стає забезпечення належного рівня конкурентоспроможності його продукції. Метою роботи є розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції на основі удосконалення маркетингового забезпечення системи управління підприємством.

Основними завданнями роботи є визначення сутність та значення управління конкурентоспроможностю продукції для підприємства, з урахуванням вітчизняної специфіки, та розробки рекомендацій з покращення управління конкурентоспроможністю продукції ПАТ "Гнідавський цукровий завод" та оцінки ефективності запропонованих заходів.

Ключові слова: маркетингові дослідження, конкурентоспроможність, продукція, ефективність просування, маркетингова стратегія

SUMMARY

Stakhova K.A. Marketing studies of the competitiveness of the company's products and determination of ways to improve it

Modern economic development is in a state of constant movement and is gradually becoming an increasingly complex system. Therefore, in connection with the current realities of the market economy and foreign military aggression, one of the main and urgent tasks of any enterprise is to ensure the appropriate level of competitiveness of its products. The purpose of the work is to develop theoretical and practical recommendations for finding ways to increase the competitiveness of products on the basis of improving the marketing support of the enterprise management system.

The main tasks of the work are to determine the essence and significance of product competitiveness management for the enterprise, taking into account domestic specifics, and to develop recommendations for improving the product competitiveness management of PJSC "Hnidavsky Sugar Factory" and to evaluate the effectiveness of the proposed measures.

Keywords: marketing research, competitiveness, products, promotion effectiveness, marketing strategy

ЗМІСТ

ВСТУП…….....6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА……8
1.1. Сутність та значення управління конкурентоспроможностю продукції підприємства.....….8
1.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції.....28
1.3. Теоретико – методичні основи дослідження конкурентоспроможності продукції……35
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПАТ “ГНІДАВСЬКИЙ ЦУКРОВИЙ ЗАВОД”…….....50
2.1. Аналіз тенденцій та перспектив розвитку ринку цукру в Україні……..…..50
2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ПАТ “Гнідавський цукровий завод”…….....61
2.3. Аналіз управління конкурентоспроможностю продукції ПАТ “Гнідавський цукровий завод”…….....66
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПАТ “ГНІДАВСЬКИЙ ЦУКРОВИЙ ЗАВОД”.....89
3.1. Основні шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції ПАТ “Гнідавський цукровий завод”.....89
3.2. Інвестеційний проект підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....105
3.3. Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю продукції.....107
ВИСНОВКИ…….....134
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……139