

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
на тему

**«ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГУ В КОНКУРЕНТНІЙ ПОЛІТИЦІ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Гридасова Анастасія Юріївна

Керівник: Яременко С. С., д.е.н., проф.

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Гридасова А.Ю. Використання елементів комплексу маркетингу в конкурентній політиці підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи комплексу маркетингу та конкурентної політики підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення комплексу маркетингу підприємства «ОККО». З урахуванням специфіки продукції підприємства «ОККО» та конкурентних умов запропоновано проводити маркетинговий аудит діяльності, покращити присутність у соціальних мережах та розширювати географію діяльності. Це сприятиме збереженню позиції лідера підприємства «ОККО» на ринку.

Ключові слова: конкурентна політика підприємства, управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, 4Р, 7Р, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аудит.

SUMMARY

Hrydasova A.Y. The use of elements of the marketing complex in the company's competitive policy.

In the qualification paper, the theoretical and methodological foundations of the marketing complex and the company's competitive policy were considered, a marketing analysis and a marketing audit of activities were carried out, and recommendations were developed for improving the marketing complex of the OKKO enterprise. Taking into account the specifics of the OKKO company's products and competitive conditions, it is suggested to conduct a marketing audit of activities, improve the presence in social networks and expand the geography of activities. This will contribute to maintaining the leading position of the OKKO enterprise in the market.

Keywords: competitive policy of the enterprise, management of the enterprise, organization of the marketing activity of the enterprise, marketing complex, 4R, 7R, control of the marketing activity of the enterprise, marketing audit.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТА КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Роль комплексу маркетингу в управлінні підприємством	9
1.2. Конкурентна політика у діяльності підприємства	13
1.3. Організація маркетингової діяльності підприємства	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПП «ОККО КОНТРАКТ»	19
2.1. Огляд основних тенденцій ринку	19
2.2. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища ПП «ОККО КОНТРАКТ»	21
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	31
2.3.1. Аналіз мікросередовища	32
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз	33
2.4. SWOT-аналіз підприємства	41
2.5. Аналіз маркетингового комплексу підприємства	44
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПП «ОККО КОНТРАКТ» ЯК ОСНОВА ПОКРАЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ	52
3.1. Шляхи покращення конкурентної позиції підприємства	52
3.2. Рекомендації з удосконалення комплексу маркетингу і очікуваний ефект	59
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	75