

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА І РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ 20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Процишен Орина Русланівна

ПІБ

Керівник: Гамзаг О.В., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ *

Процишен О.Р. Конкурентоспроможність продукції підприємства і розробка заходів щодо її підвищення.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретичні та методичні основи конкурентоспроможності продукції підприємства, проведено аналіз чинників, що впливають на конкурентоспроможність, та методів її оцінки. Здійснено маркетинговий аналіз діяльності ПРАТ «Вінницький Хлібзавод №2», проведено SWOT-аналіз, виявлено сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози для його подальшого розвитку. Розроблено комплекс заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, включаючи впровадження нових технологій, розширення асортименту продукції, покращення якості та оптимізацію цінової політики. Впровадження запропонованих заходів дозволить підприємству зміцнити свої позиції на ринку та забезпечити довгостроковий розвиток.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, маркетинговий аналіз, SWOT-аналіз, ПРАТ «Вінницький Хлібзавод №2», підвищення якості, розширення асортименту, цінова політика.

SUMMARY

Protsyshen O.R. Competitiveness of the company's products and development of measures to improve it.

In the bachelor's thesis, the theoretical and methodological foundations of the competitiveness of the company's products are examined, factors influencing competitiveness and methods of its evaluation are analyzed. A marketing analysis of the activities of PJSC "Vinnytsia Bread Factory No. 2" was conducted, a SWOT analysis was performed, strengths and weaknesses of the enterprise were identified, as well as opportunities and threats for its further development. A set of measures to improve product competitiveness has been developed, including the introduction of new technologies, expansion of the product range, improvement of quality, and optimization of pricing policy. The implementation of the proposed measures will allow the company to strengthen its market position and ensure long-term development.

Keywords: product competitiveness, marketing analysis, SWOT analysis, PJSC "Vinnytsia Bread Factory No. 2," quality improvement, product range expansion, pricing policy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Сутність та поняття конкурентоспроможності продукції підприємства.....	10
1.2. Основні чинники конкурентоспроможності продукції підприємства.....	19
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства....	24
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «ВІННИЦЬКИЙ ХЛІБЗАВОД №2».....	33
2.1. Загальна характеристика об'єкта дослідження.....	33
2.2. Дослідження зовнішнього середовища підприємства.....	35
2.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства.....	42
2.4. Сегментування і позиціонування продукції підприємства.....	46
2.5. SWOT-аналіз підприємства.....	51
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ВІННИЦЬКИЙ ХЛІБЗАВОД №2»	56
3.1. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства	56
3.2. Обґрунтування доцільності заходів з підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.....	60
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бакай В. Й. Особливості визначення та оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 6(1). С. 272-279.
2. Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. Економіка: реалії часу. 2014. № (12). С. 6–13.
3. Блонська В.І., Депа Н.Т. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 20.15, С.115-120.
4. Богацька Н. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Молодий вчений. 2019. № 11(2). С. 455-458.
5. Богацька Н. М., Цинкобур Д. Р. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. Молодий вчений. 2017. № 4. С. 599–603.
6. Бондар Ю. А. Аналіз методик визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства. Вісник післядипломної освіти. Серія: Соціальні та поведінкові науки. 2022. Вип. 22. С. 161-178.
7. Бондаренко С. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Технології та дизайн. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_2_15 (дата звернення: 01.10.2023).
8. Гончарук Т.І. Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості. Актуальні проблеми економіки. 2016. №2(32). С.130–145.
9. Євтушенко Н. О. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства на основі процесного підходу. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2021. № 2. С. 15-20.
10. Заріцька Н. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Ефективна економіка. 2015. № 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_12_40 (дата звернення: 10.05.2024).

11. Злидник М. І. Методологія оцінювання конкурентоспроможності продовольчої продукції. Економічний простір. 2021. № 168. С. 37-43.
12. Ігнашкіна Т. Б. Оцінювання та діагностування конкурентоспроможності продукції підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 9(5). С. 83-86.
13. Кирчата І. М. Оцінка резервів зростання конкурентоспроможності продукції підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2019. № 1. С. 68-78.
14. Кобелєв В. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства та фактори її підвищення. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2015. № 60. С. 60-64.
15. Мороз С. Г. Оцінка конкурентоспроможності як основа вибору стратегії підприємства. Ефективна економіка. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_2_49 (дата звернення: 01.10.2023).
16. Назарова О. Ю. Підходи до методики оцінювання конкурентоспроможності продукції. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 34. С. 47-52.
17. Николук О. М. Оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства: методичні основи. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2015. Вип. 11(5). С. 52-57.
18. Обідник Д. Ю. Аналіз підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2013. № 52. С. 120-124.
19. Осипов В. М. Оцінка конкурентоспроможності виноробного підприємства як інструмент управління його розвитком. Економіка і прогнозування. 2019. № 1. С. 109-127.

20. Офіційний сайт підприємства ТОВ «Вінницький хлібзавод №2». URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/34325039/ (дата звернення: 10.05.2024).
21. Роганова Г. О. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства на прикладі ПрАТ «Оболонь». Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2021. Т. 27, № 1. С. 53-60.
22. Самодай В. П. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства та оптимізація його діяльності. Інтелект XXI. 2022. № 1. С. 20-26.
23. Сітковська А. О. Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції підприємства: методика та критерії розрахунку. Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. 2016. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_3_19 (дата звернення: 10.05.2024).
24. Статкевич К. Аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки. 2018. № 2. С. 46-50.
25. Стахів О. А. Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. 2016. Вип. 4. С. 194-204.
26. Супрун С.Д. Система оцінки перспектив розвитку підприємства. Економіка і суспільство. 2018. Випуск № 18. С.551-555.
27. Тесленок І. М. Оцінка конкурентоспроможності машинобудівного підприємства. Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 4. С. 118-125.
28. Халімон Т. М. Формування та оцінка потенціалу конкурентоспроможності продукції підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 5(2). С. 35-39 .
29. Хрущ Н.А., Ваганова Л.В. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький 2015. №5. С.153–156.

30. Чижова О. В. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Управління розвитком. 2013. № 21. С. 63-65.
31. Шульга М. О. Оцінка перспективи розвитку підприємства на основі рівня конкурентоспроможності. Modern economics. 2020. № 22. С. 125-130.
32. Андерсен, П. Маркетингові дослідження: нові підходи. Київ: Наукова думка, 2018. - 320 с.
33. Борисенко, І.І. Основи стратегічного маркетингу. Львів: Вид-во ЛНУ, 2017. - 278 с.
34. Вовк, О.О. Управління маркетингом на підприємстві. Одеса: ОНУ, 2019. - 305 с.
35. Гончар, В.В. Інноваційні технології у виробництві. Харків: ХНУ, 2020. - 340 с.
36. Данилюк, І.М. Аналіз конкурентоспроможності підприємств. Дніпро: ДНУ, 2021. - 290 с.
37. Єременко, Ю.М. Теорія та практика маркетингових досліджень. Вінниця: ВНТУ, 2018. - 315 с.
38. Жукова, О.П. Маркетинг і реклама: сучасні підходи. Київ: КНЕУ, 2019. - 330 с.
39. Зайцев, П.О. Управління інноваціями на підприємстві. Львів: Вид-во ЛНУ, 2020. - 312 с.
40. Іванов, М.С. Стратегічне управління підприємством. Одеса: ОНУ, 2021. - 275 с.
41. Калініна, Т.А. Маркетинговий аналіз: теорія і практика. Харків: ХНУ, 2019. - 299 с.
42. Коваль, І.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. Київ: Наукова думка, 2020. - 280 с.
43. Лисенко, О.В. Інноваційний менеджмент. Дніпро: ДНУ, 2018. - 288 с.
44. Мельник, В.Г. Маркетингові стратегії. Львів: Вид-во ЛНУ, 2019. - 295 с.
45. Нікітін, А.П. Управління виробничими процесами. Одеса: ОНУ, 2020. - 310 с.

46. Орлов, В.О. Аналіз ринкової кон'юнктури. Київ: КНЕУ, 2018. - 325 с.
47. Петрова, О.А. Маркетингові комунікації. Харків: ХНУ, 2019. - 285 с.
48. Романенко, Т.В. Економіка підприємства: сучасні підходи. Вінниця: ВНТУ, 2020. - 308 с.
49. Сидоренко, І.В. Стратегії конкурентоспроможності. Дніпро: ДНУ, 2021. - 290 с.
50. Ткаченко, Н.М. Маркетингова діяльність на підприємстві. Львів: Вид-во ЛНУ, 2019. - 310 с.
51. Устименко, Л.П. Управління якістю продукції. Одеса: ОНУ, 2020. - 275 с.
52. Федорова, І.Г. Маркетинговий менеджмент. Київ: КНЕУ, 2021. - 320 с.
53. Хоменко, О.В. Інноваційний розвиток підприємств. Харків: ХНУ, 2018. - 295 с.