

**УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА**

КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА

на тему

**«КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ
ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ»**

Выполнила: студентка 2 курса,
Группы МГ-18м
Специальности 075 Маркетинг
Мирманова Лейла
Руководитель: д.э.н., проф.
Тараненко Ирина Всеволодовна

**Днепр
2020**

АННОТАЦИЯ

Мирманова Л. *Конкурентоспособность продукции предприятия и пути ее повышения*

В квалификационной работе магистра проведено анализ рынка кондитерской продукции Республики Казахстан, анализ внутренней и внешней маркетинговой среды, SWOT анализ и конкурентный анализ АО «Рахат». На основе исследований разработаны пути повышения конкурентоспособности продукции АО «Рахат» и дано их обоснование.

В результате было установлено, что АО «Рахат» лидирует по уровню конкурентоспособности среди производителей кондитерских изделий Казахстана, поэтому необходимо разрабатывать и внедрять маркетинговые мероприятия по повышению конкурентоспособности. По итогам проведенной работы разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности АО «Рахат», которые помогут увеличить объемы продаж продукции и долю рынка.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, конкурентоспособность продукта, конкурентный анализ, маркетинговая среда, комплекс маркетинга

SUMMARY

Mirmanova L. *Competitiveness of product of the company and ways to improve it*

In the master's thesis, an analysis was made of the confectionery market of the Republic of Kazakhstan, as well as analysis of the internal and external marketing environment, SWOT analysis and competitive analysis of "Rakhat" JSC. Based on the research, ways to increase the competitiveness of "Rakhat" JSC products were developed and grounded.

As a result of the analysis, it was found that "Rakhat" JSC is the leader in terms of competitiveness among manufacturers of confectionery products in Kazakhstan, therefore it is necessary to develop and implement marketing measures to increase competitiveness. Based on the results of the work, recommendations were developed to increase the competitiveness of Rakhat JSC, which will help increase sales volumes and market share.

Keywords: competitiveness, product competitiveness, competitive analysis, marketing environment, marketing mix

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1. Понятие и содержание категории «конкурентоспособность».....	8
1.2. Методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия.....	12
РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «РАХАТ».....	34
2.1. Характеристика внутренней среды предприятия.....	34
2.2. Основные тенденции рынка кондитерских изделий Республики Казахстан.....	39
2.3. Анализ внешней среды предприятия.....	57
2.3.1 Анализ микросреды.....	
2.3.2. Анализ макросреды. PEST анализ.....	
2.4. SWOT анализ.....	71
РАЗДЕЛ 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ АО «РАХАТ».....	74
3.1. Маркетинговое исследование конкурентоспособности продукции АО «Рахат».....	74
3.2. Маркетинговые мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции АО «Рахат».....	81
ВЫВОДЫ	93
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	97