

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Розробка маркетингової стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГкр-18 вв
Спеціальності 075 Маркетинг
Чернега Олександр Леонідович
Керівник: Корень О.М., к.т.н., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Чернега О.Л. Розробка маркетингової стратегії підвищення конкурентоспроможності товарів.

Актуальність теми дипломної роботи полягає в тому, що в умовах глобалізації та інтеграції у європейський економічний простір конкурентоспроможність стає універсальним чинником розвитку будь-якої країни, а особливо України, яка стає на шлях виходу на світовий ринок. Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності товарів. В рамках мети вирішені основні задачі по оцінці конкурентоспроможності товарів які використовуються на підприємстві та розробки маркетингової стратегії підвищення конкурентоспроможності товарів компанії.

Ключові слова: метод, маркетинг, конкурентоспроможність, маркетингове середовище, збут.

SUMMARY

Develop a marketing strategy to increase the competitiveness of goods.

The relevance of the thesis is that in the conditions of globalization and integration into the European economic space, competitiveness becomes a universal factor for the development of any country, especially Ukraine, which is on its way to entering the world market. The purpose of this work is to study the theoretical and practical aspects of marketing methods for improving the competitiveness of goods. The goal is to solve the main tasks of assessing the competitiveness of the goods used in the enterprise and developing a marketing strategy to improve the competitiveness of the company's products.

Keywords: method, marketing, competitiveness, marketing environment, sales.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ МЕТОДІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ	9
1.1. Характеристика конкурентоспроможності товару та підходи до оцінки конкурентоспроможності товару	9
1.2. Методи та шляхи для підвищення конкурентоспроможності товару	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ МЕТОДІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ КОМПАНІЇ	31
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства	31
2.2. Оцінка зовнішнього маркетингового середовища	44
2.3. SWOT – аналіз діяльності підприємства	50
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ КОМПАНІЇ	53
3.1. Стимулювання збуту для підвищення конкурентоспроможності товарів компанії	53
3.2. Розробка маркетингової стратегії підвищення конкурентоспроможності товарів компанії	71
ВИСНОВКИ	80
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84