

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **«Управління конкурентоспроможністю підприємства та напрями його підвищення»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Сапа Наталія Володимирівна

Керівник: Татарінов В.С., к.т.н., доцент

Дніпро

2020

## РОЗДІЛ 1 УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1 Конкурентоспроможність підприємства: сутність і актуальність в умовах ринкової економіки

1.2 Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємств

## РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Діагностика системи управління підприємством

2.2 Моніторинг конкурентного середовища підприємства

2.3 SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

## РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Комплексна система управління конкурентоспроможністю підприємства на основі маркетингу

3.2 Стратегічний підхід до вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства

## АНОТАЦІЯ

Сапа Н.В. «Управління конкурентоспроможністю підприємства та напрями його підвищення»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Перший віконний маркет» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління конкурентоспроможністю ТОВ «Перший віконний маркет» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Перший віконний маркет» за рахунок організаційних заходів та розширення пропозицій на ринку віконного бізнесу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ТОВ «Перший віконний маркет».

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс, диференціація.

## S U M M A R Y

Sapa N «Management of enterprise competitiveness and directions of its increase»

The ways of improving the enterprise competitiveness management are proposed in the paper. Theoretical aspects of enterprise competitiveness management are investigated. The general organizational characteristics of the First Window Market LLC were presented and its financial condition assessed. The analysis of the competitiveness management of the First Window Market LLC was carried out and the proposals for improvement of this process were developed. Improvement of marketing activity of LLC "First Window Market" is offered at the expense of organizational measures and expansion of offers in the market of window business. Measures to increase the sales volume of First Window LLC are substantiated.

KEYWORDS: COMPETITIVENESS, MARKETING, ADVERTISING CAMPAIGN, MARKETING MIX, DIFFERENTIATION.