

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Конкурентоспроможність підприємства та
основні напрямки її підвищення»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Литвинчук Тетяна Федорівна

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

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Литвинчук Т.Ф. «Конкурентоспроможність підприємства та основні напрямки її підвищення»

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

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

SUMMARY

Litvinchuk T. «Competitiveness of the enterprise and main directions of its improvement»

In the work the ways of improvement of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of enterprise competitiveness management are investigated. The general organizational characteristic of Bonaparte LLC was presented and its financial condition was assessed. The analysis of the competitiveness management of Bonaparte LLC was carried out and proposals for improvement of this process were developed. Improvement of marketing activity of Bonaparte LLC is proposed due to organizational measures and expansion of offers in the restaurant business market. Measures to increase the sales volume of Bonaparte LLC are justified.

Keywords: competitiveness, marketing, advertising campaign, marketing mix, differentiation.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

1.1 Поняття і умови виникнення конкуренції

1.2 Види конкуренції

1.3 Конкурентне середовище - середовище повсякденного життя підприємства

РОЗДІЛ 2 ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1 Сучасний стан конкуренції ресторанного бізнесу в м. Полтава

2.2 Аналіз внутрішнього маркетингового середовища мережі ТОВ «Бонапарт»

2.3 SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ ТОВ «Бонапарт»

3.1 Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Бонапарт»

3.2 Стратегія диференціації

3.3 Розробка заходів спрямованих на підвищення конкурентоспроможності мережі ресторанів ТОВ «Бонапарт»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ