

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 МГр 19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

Христич Єва Віталіївна

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Христич Є.В. Конкурентоспроможність продукції підприємства і розробка заходів щодо її підвищення

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи конкурентоспроможності продукції підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, SWOT аналіз і маркетингове дослідження уподобань споживачів, розроблено рекомендації щодо підвищення рівню конкурентоспроможності продукції компанії Vodafone Україна. З урахуванням специфіки продукції підприємства «Vodafone Україна» та конкурентних умов запропоновано впровадження нового тарифного плану, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства «Vodafone Україна» на ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, аналіз конкурентоспроможності, конкурентні переваги, цільова аудиторія, комплекс маркетингу.

SUMMARY

Khrystych Y. V. competitiveness of the company's products and development of measures to improve it.

In the qualification work of The Bachelor, the theoretical and methodological foundations of the competitiveness of the company's products are considered, marketing analysis and marketing audit of activities are carried out, SWOT analysis and marketing research of consumer preferences, recommendations for improving the level of competitiveness of Vodafone Ukraine products are developed. Taking into account the specifics of Vodafone Ukraine's products and competitive conditions, it is proposed to introduce a new tariff plan that will help increase the competitiveness of Vodafone Ukraine in the market.

Keywords: product competitiveness, competitiveness analysis, competitive advantages, target audience, marketing mix.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Конкурентоспроможність продукції в системі маркетингу підприємства.....	8
1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції.....	12
1.3. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	15
РОЗДІЛ 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОСЛУГ ОПЕРАТОРА МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ VODAFONE У ВИЗНАЧЕНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	19
2.1. Характеристика діяльності компанії «Vodafone Україна».....	19
2.2. Аналіз ринку мобільного зв'язку. Аналіз конкурентів.....	21
2.3. SWOT-аналіз.....	26
2.4. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності послуг компанії «Vodafone Україна»	28
2.5. Визначення цільових сегментів та позиціонування послуг Vodafone.....	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ КОМПАНІЇ «VODAFONE УКРАЇНА».....	37
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів.....	37
3.2. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності послуг компанії «Vodafone Україна».....	45
3.3. Маркетинговий бюджет і очікуваний результат від запропонованих заходів.....	49
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	63