

Міністерство освіти і науки України  
Рівненський державний гуманітарний університет  
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики  
Кафедра економіки та управління бізнесом

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

**«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ  
«ЛЬВІВПРОД»)»**

Виконав: здобувачка вищої освіти  
гр. МГ маг–2, з. ф. н.

**Цицюра Тетяна Валеріївна**

Керівник: д. екон. н., проф. **Дейнега Інна  
Олександрівна**

Рецензент: віце-президент ГО «Українська  
асоціація маркетингу» **Гладунов Олександр  
Варфоломійович**

## АНОТАЦІЯ

**Тема:** Маркетингове забезпечення підвищення конкурентоздатності підприємства (на прикладі ТОВ «Львівпрод»).

**Кваліфікаційна робота** розміщена на 78 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел), містить 17 рисунків, 13 таблиць, перелік посилань із 27 джерел на 3 сторінках.

**Ключові слова:** маркетинг, конкуренція, конкурентні переваги, конкурентоздатність товару, конкурентоздатність підприємства.

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи виступає товариство з обмеженою відповідальністю «Львівпрод».

**Предметом дослідження** є система управління конкурентоздатністю підприємства з використанням маркетингу.

**Кваліфікаційна робота магістра** складається зі вступу, 3 розділів, висновків.

У **вступі** обґрунтовано актуальність вибраної теми, сформульовано мету і завдання дослідження, вказано об'єкт і конкретизовано предмет дослідження.

**Перший розділ** розкриває зміст теоретико-методичні управління конкурентоздатністю підприємства. Зокрема, подано визначення понять «конкуренція» та «конкурентоздатність», досліджено методологічні підходи до оцінювання конкурентоздатності підприємства, факторів впливу на неї.

У **другому розділі** проаналізовано загальний фінансово-економічний стан та конкурентоздатність ТОВ «Львівпрод» і його продукції.

У **третьому розділі** обґрунтовано напрями підвищення конкурентоздатності ТОВ «Львівпрод», проведено обґрунтування ефективності програми запропонованих заходів.

**Висновки** містять основні пропозиції та рекомендації, що сприятимуть підвищенню конкурентоздатності ТОВ «Львівпрод».

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ .....	9
1.1. Поняття про конкуренцію та конкурентоздатність .....	9
1.2. Фактори впливу на конкурентоздатність підприємства .....	20
1.3. Напрями управління конкурентоздатністю підприємства на засадах маркетингу.....	24
<i>Висновки за розділом 1</i> .....	31
РОЗДІЛ II. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТОВ «ЛЬВІВПРОД» .....	33
2.1. Дослідження виробничо-господарської діяльності та фінансових передумов конкурентоздатності підприємства .....	33
2.2. Оцінювання стану конкурентного середовища ТОВ «Львівпрод».	38
2.3. Дослідження маркетингового комплексу ТОВ «Львівпрод».....	43
2.4. Дослідження зовнішнього середовища ТОВ «Львівпрод».....	49
2.5. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «Львівпрод».....	54
<i>Висновки за розділом 2</i> .....	57
РОЗДІЛ III. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТОВ «ЛЬВІВПРОД» ЗА ДОПОМОГОЮ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ .....	59
3.1. Визначення структури заходів з підвищення конкурентоздатності ТОВ «Львівпрод» в сучасних умовах господарювання .....	59
3.2. Удосконалення збутової системи підприємства за рахунок застосування цифрових маркетингових інструментів.....	62

3.3. Оптимізація товарного асортименту ТОВ «Львівпрод» за допомогою АВС-аналізу.....	66
<i>Висновки за розділом 3</i> .....	74
ВИСНОВКИ.....	76
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	79