

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Вдосконалення стратегії позиціонування підприємства на конкурентному ринку»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075Маркетинг

Шекера Олександр Васильович

Керівник: Гноєвий В.Г., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Шекера О.В. Вдосконалення стратегії позиціонування підприємства на конкурентному ринку

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи стратегії позиціонування ТОВ «МВ Профіль» на конкурентному ринку як складової загальної стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, здійснений аналіз конкурентної позиції досліджуваного підприємства на ринку та проведена оцінка рівня його конкурентоспроможності.

Для вдосконалення стратегії позиціонування ТОВ «МВ Профіль» на конкурентному ринку доцільним є перехід від раціонального і функціонального рівнів позиціонування до позиціонування іміджевого, що припускає надання певного рівня якості продукції та сервісу. Це в свою чергу передбачає активізацію рекламної кампанії, участі у виставкових заходах, навчання персоналу, підвищення гнучкості політики управління дебіторською та кредиторською заборгованістю.

Ключові слова: стратегія, позиціонування, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, вдосконалення стратегії позиціонування

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 Теоретичні основи стратегії позиціонування компанії на конкурентному ринку	8
1.1 Позиціонування як складова загальної стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства	8
1.2 Методологія оцінки конкурентоспроможності компанії	21
1.3 Методичні підходи до формування стратегії позиціонування компанії на конкурентному ринку	32
РОЗДІЛ 2 Аналіз і оцінка стратегічної позиції «МВ Профіль»	41
2.1 Організаційна та фінансово-економічна характеристика підприємства	41
2.2 Аналіз конкурентної позиції ТОВ «МВ Профіль» на ринку	50
2.3 Аналіз факторів макросередовища підприємства	52
2.4 Аналіз мікросередовища ТОВ «МВ Профіль»	56
2.5 SWOT-аналіз підприємства ТОВ «МВ Профіль»	61
РОЗДІЛ 3 Вдосконалення методів позиціонування компанії ТОВ «МВ Профіль» на ринку	69
3.1 Аналіз стратегічних альтернатив підприємства	69
3.2 Вдосконалення стратегії позиціонування ТОВ «МВ Профіль» на конкурентному ринку	75
3.3 Економічне обґрунтування запронованих заходів	86
ВИСНОВКИ	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	103
ДОДАТКИ	108