

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ВІДПОВІДНО ДО РЕЗУЛЬТАТІВ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-21вм
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Мілютін Олександр Олександрович

ПІБ

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Мілютін О.О. Розробка маркетингової стратегії підприємства відповідно до результатів конкурентного аналізу.

В цій роботі вирішується задача розробки та впровадження маркетингової стратегії відповідно до результатів конкурентного аналізу ТОВ «Інтернет Маркетинг Технології» для посилення конкурентних переваг та збільшення прибутку компанії. Для цього розглянули теоретико-методичні основи формування маркетингової стратегії відповідно до результатів конкурентного аналізу. Виконали аналіз конкурентів ринку короткострокового навчання України, внутрішнього та зовнішнього середовища. На основі отриманих даних, розробили маркетингову стратегію та заходи для її впровадження. Створили рекомендації щодо впровадження стратегії та орієнтовні показники росту ефективності.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова стратегія, конкуренція, аналіз, курси, послуги навчання.

SUMMARY

Miliutin O. Development of the marketing strategy of the enterprise in accordance with the results of the competitive analysis.

This work solves the task of developing and implementing a marketing strategy in accordance with the results of a competitive analysis of "Internet Marketing Technologies" LLC to strengthen competitive advantages and increase the company's profits. To do this, we considered the theoretical and methodological foundations of the formation of a marketing strategy in accordance with the results of a competitive analysis. Analyzed competitors of the short-term training market of Ukraine, internal and external environment. Based on the received data, a marketing strategy and measures for its implementation were developed. We created recommendations for the implementation of the strategy and indicative performance indicators.

Keywords: marketing, marketing strategy, competition, analysis, courses, training services.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	9
1.1. Сутність маркетингової стратегії та значення для діяльності підприємства	9
1.2. Конкурентний аналіз як основа для розробки маркетингової стратегії	16
1.3. Маркетингові конкурентні стратегії: зміст та інструменти реалізації.....	18
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ІМТ» В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ.....	27
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Інтернет Маркетинг Технології»	27
2.2. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	32
2.2.1. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	32
2.2.2. Аналіз мікросередовища	36
2.3. Аналіз конкурентної ситуації на ринку за моделлю 5 сил конкуренції М. Портера	39
2.4. SWOT-аналіз	48
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	50
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів підприємства в контексті конкурентної ситуації на ринку	50
3.2. Конкурентний аналіз	58
3.2.1. Дослідження конкурентів	59
3.2.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства і виявлення конкурентних переваг	68
3.3. Вибір та обґрунтування маркетингової конкурентної стратегії підприємства за М. Портером.....	70
3.4. Стратегічні заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства	73
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	86