

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Аналіз маркетингової стратегії підприємства та шляхи її вдосконалення»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Тібуа Кристина Генгівна

Керівник: Мішустіна Т.С.,

к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Тібуа К.Т. Аналіз маркетингової стратегії підприємства та шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації стратегічного маркетингу в структурі управління підприємством. Здійснено аналіз маркетингового середовища ТОВ «Проктер енд Гембел Менюфакчуриг Україна», досліджено маркетингову стратегію компанії та внесено пропозиції щодо її покращення. З урахуванням конкурентних умов запропоновано проведення акції по стимулюванню збуту з метою ознайомлення споживача з новою продукцією та збільшення рівня продажів.

Ключові слова: стратегічний маркетинг, мікросередовище, макросередовище, БКГ, SWOT-аналіз, позиціонування товару, сегментування ринку, стратегія розвитку.

SUMMARY

Tibua K.T. Analysis of the enterprise marketing strategy and ways of its improvement.

In the master's work were considered the theoretical and methodological foundations of the strategic marketing organization in the enterprise management structure, (also) the analysis of the marketing environment of "Procter&Gamble Manufacturing Ukraine" was carried out, the company's marketing strategy was researched and suggestions for its improvement were made. The competitive conditions were taken into account, a sales promotion campaign was proposed to be held in order to familiarize the consumer with new product and increase sales.

Keywords: strategic marketing, micro environment, BCG, SWOT-analysis, product positioning, market segmentation, development strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СТРУКТУРІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	9
1.1. Сутність і зміст стратегічного маркетингу.....	15
1.2. Принципи та інструменти стратегічного маркетингу.....	18
1.3. Основні методи аналізу маркетингової стратегії.....	18
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПРОКТЕР ЕНД ГЕМБЕЛ МЕНЮФЕКЧУРИНГ УКРАЇНА».....	28
2.1. Аналіз господарської діяльності підприємства.....	28
2.2. Аналіз ринку синтетичних миючих засобів України.....	38
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	44
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства.....	53
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПРОКТЕР ЕНД ГЕМБЕЛ МЕНЮФЕКЧУРИНГ УКРАЇНА» ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ.....	57
3.1. Оцінка існуючої маркетингової стратегії підприємства: портфельний аналіз.....	57
3.2. Вибір цільових сегментів та позиціонування товару підприємства.....	65
3.3. Заходи щодо впровадження маркетингової стратегії підприємства та	

оцінка її ефективності	77
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	92