

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ВІДПОВІДНО ДО РЕЗУЛЬТАТІВ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Шевченко Валентина Миколаївна

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

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Шевченко В. М. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії підприємства відповідно до результатів конкурентного аналізу.

В кваліфікаційній роботі розглянуто проблеми дослідження конкурентоспроможності ПАТ «Ерлан», механізми розробки і реалізації конкурентоорієнтованої стратегії. Розглянуто фактори формування конкурентних переваг підприємства. Обрано та обґрунтовано стратегію диверсифікації, розроблено стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Ерлан».

Ключові слова: маркетингова стратегія, конкурентоспроможність підприємства, стратегія диверсифікації.

SUMMARY

Shevchenko V. M. The rationale for choosing a marketing strategy of an enterprise according to the results of competitive analysis.

In master's thesis, the problems of research on the competitiveness of ERLAN OJSC, the mechanisms for the development and implementation of a competitive strategy are considered. The factors of formation of the enterprise competitive advantages are considered. A diversification strategy was selected and developed; a strategy for ensuring the competitiveness of the ERLAN OJSC enterprise was developed.

Keywords: marketing strategy, enterprise competitiveness, diversification strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ.....	5
1.1. Конкуренція та конкурентоспроможність у механізмі сучасного економічного розвитку.....	5
1.2. Класифікація факторів конкурентоспроможності.....	13
1.1.1. Методи оцінки конкурентоспроможності.....	16
1.4. Інструменти управління конкурентоспроможністю підприємства.....	23
РОЗДІЛ 2. КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ І ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	29
2.1. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.....	29
2.2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства.....	47
2.3. Конкуренційний аналіз та оцінка конкурентоспроможності ПАТ «Ерлан».....	58
2.4. SWOT – аналіз.....	71
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....	73
3.1. Портфельний аналіз ПАТ «Ерлан».....	73
3.2. Вибір стратегії диверсифікації та його обґрунтування.....	80
3.3. Розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності ПАТ «Ерлан».....	85
3.4. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної кризи.....	92
ВИСНОВКИ.....	98
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101
ДОДАТКИ.....	105