

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **«Формування стратегії позиціонування підприємства на ринку послуг»**

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075Маркетинг

Долина Марина Володимирівна

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

**Дніпро**  
**2020**

## АНОТАЦІЯ

**Долина М.В.** Формування стратегії позиціонування підприємства на ринку послуг

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи розробки стратегії позиціонування підприємства на ринку послуг салонів краси, досліджена сутність концепції позиціонування та стратегії позиціонування на ринку послуг, проаналізовані етапи позиціонування.

Визначені макроекономічні фактори привабливості ринку послуг салонів краси, розглянуті конкурентні позиції виробників послуг салонів краси економ-класу м. Києва, проведено маркетингове дослідження даного ринку. Досліджені моделі поведінки споживачів на ринку послуг салонів краси, а також, визначені особливості управління маркетинговими ризиками на ринку послуг салонів краси.

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

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ	9
1.1 Сутність позиціонування	9
1.2 Послідовність процедури позиціонування	20
1.3 Стратегічний підхід до позиціонування підприємства на ринку послуг	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ САЛОНІВ КРАСИ	39
2.1 Загальний аналіз ринку послуг салонів краси	39
2.2 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства, що працює на ринку послуг салонів краси	44
2.3 SWOT- аналіз салону краси економічного класу	54
2.4 Аналіз можливостей позиціонування на ринку послуг салонів краси економічного класу	59
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ САЛОНУ КРАСИ	70
3.1 Дослідження споживчих характеристик ринку салонів краси	70
3.2 Формування елементів стратегії позиціонування підприємства	78
3.3 Розробка заходів щодо підвищення ефективності стратегії позиціонування	84
ВИСНОВКИ	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	100
ДОДАТКИ	106