

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«АНАЛІЗ РИНКУ І ВИЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-22м
Спеціальності 075 Маркетинг

Сущенко Артем Анатолійович

Керівник: Білоткач І. А., к.е.н., доцент

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Сущенко А.А. Аналіз ринку і визначення маркетингових можливостей підприємства.

В кваліфікаційній роботі досліджено ринок нових легкових автомобілів в Україні та маркетингові можливості для підприємства ТОВ "Єврокар". Представлено аналіз зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища, розглянуто основні тенденції та виклики на ринку автомобілів. Пропонуються стратегії та заходи для підвищення ефективності маркетингової діяльності, зокрема використання цифрових технологій, розвиток бренду та покращення взаємодії з клієнтами. Результати дослідження можуть бути використані для розробки та реалізації ефективних маркетингових стратегій на автомобільному ринку України.

Ключові слова: автомобільний ринок, маркетингові стратегії, маркетингове середовище, ТОВ "Єврокар", цифрові технології, брендування.

SUMMARY

Sushchenko A.A. Market analysis and determination of marketing opportunities of the enterprise.

In this qualification paper, the Ukrainian automotive market and the marketing opportunities for "Eurocar" LLC are examined. The analysis of the external and internal marketing environment is presented, along with the main trends and challenges in the automotive market. Strategies and measures are proposed to enhance the efficiency of marketing activities, including the use of digital technologies, brand development, and improving customer interactions. The results of the research can be utilized to develop and implement effective marketing strategies in Ukraine's automotive market.

Keywords: automotive market, marketing strategies, marketing environment, "Eurocar" LLC, digital technologies, branding.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ РИНКУ З ВРАХУВАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Сутність цільового ринку та його характеристики	9
1.2 Особливості організації маркетингової діяльності на підприємстві. Можливості та загрози.....	14
1.3 Методичні підходи до аналізу цільового ринку та маркетингових можливостей підприємства	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЄВРОКАР».....	29
2.1 Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Єврокар».....	29
2.2 Огляд основних тенденцій ринку	44
2.3 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища ТОВ «Єврокар».....	48
2.3.1 Аналіз мікросередовища	48
2.3.2 Аналіз макросередовища. PEST- аналіз.....	55
2.4 SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства .	59
РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЄВРОКАР».....	67
3.1 Визначення оптимальних маркетингових стратегій охоплення ринку.....	67
3.2 Розробка заходів з удосконалення організації маркетингової діяльності.....	73
3.3 Вплив запропонованих заходів на основні техніко-економічні показники діяльності підприємства	80
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ.....	98