

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

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

### **«Маркетинговий комплекс підприємства і напрямки його вдосконалення»**

Виконала: здобувач 2 курсу,  
групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Слаута Анна Сергіївна

Керівник: Щолокова Г.В., к.політ.н., доцент

**Дніпро**  
**2024**

## АНОТАЦІЯ

**Слаута А.С. Маркетинговий комплекс підприємства і напрямки його вдосконалення.**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей маркетингового комплексу компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та напрямків його вдосконалення. Розглянуто теоретичні основи маркетингового комплексу підприємства, а також проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «ЮСК УКРАЇНА». Визначено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для компанії, а також політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, які впливають на її діяльність. Запропоновані шляхи вдосконалення маркетингового комплексу ТОВ «ЮСК УКРАЇНА», що включають оптимізацію товарної пропозиції, цінової політики, каналів дистрибуції та заходів з просування. Результати роботи можуть бути використані для оптимізації маркетингових стратегій ТОВ «ЮСК УКРАЇНА».

**Ключові слова:** ринок, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, споживачі, маркетинговий комплекс.

## SUMMARY

**Slauta A.S. The marketing mix of the enterprise and directions of its improvement.**

The qualification work is devoted to the study of the peculiarities of the marketing complex of JYSK UKRAINE LLC and the directions of its improvement. The theoretical foundations of the marketing mix of the enterprise are considered, as well as the marketing environment of JYSK UKRAINE LLC is analyzed. The strengths and weaknesses, opportunities and threats to the company, as well as political, economic, social and technological factors that affect its activities are identified. Ways to improve the marketing mix of JYSK UKRAINE LLC, including optimization of product offer, pricing policy, distribution channels and promotion activities, are proposed. The results of the work can be used to optimize the marketing strategies of JYSK UKRAINE LLC.

**Keywords:** market, marketing activity, competitiveness, consumers, marketing mix.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА .....	8
1.1. Поняття та сутність маркетингового комплексу підприємства .....	8
1.2. Особливості маркетингового комплексу підприємств.....	14
1.3. Маркетинговий комплекс підприємства роздрібної торгівлі .....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» .....	22
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища ТОВ «ЮСК УКРАЇНА».....	22
2.2. Огляд основних тенденцій ринку .....	28
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства .....	35
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	35
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз.....	51
2.4. SWOT - аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства.	56
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» .....	61
3.1. Дослідження особливостей маркетингового комплексу ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» .....	61
3.2. Заходи щодо вдосконалення маркетингового комплексу ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» .....	72
3.3. Бюджет і оцінка ефективності запропонованих заходів .....	80
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90