

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА
ВИБІР МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконала здобувачка 2 курсу, гр. МГ-18вм
Спеціальності Маркетинг
Євсега Наталія Юріївна
Керівник: Курочкіна І.Г., к.е.н., доц.

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Євсега Н.Ю. Дослідження маркетингового середовища та вибір маркетингової стратегії підприємства

В кваліфікаційній роботі магістра проведено аналіз українського ринку кондитерських виробів; аналіз внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища підприємства; виконано SWOT-аналіз; розглянуто підсистему стратегічного маркетингового управління цільовим ринком підприємства як складову комплексної системи управління збутом; досліджено модель оцінки ефективності системи управління збутом підприємства та запропоновано заходи з впровадження маркетингової стратегії в діяльність підприємства.

Ключові слова: ринок, підприємство, стратегія, сегментування, позиціонування, стратегічне управління.

SUMMARY

Yevsega N.Yu. Research of the marketing environment and the choice of marketing strategy of the enterprise

In master's thesis have been conducted the Ukrainian confectionery market; analysis of internal and external marketing environment of the enterprise; performed SWOT analysis; the subsystem of strategic marketing management of the target market of the enterprise is considered as a component of a complex system of sales management; the model of estimation of efficiency of the enterprise marketing management system is investigated and the measures for implementation of the marketing strategy in the activity of the enterprise are proposed.

Key words: market, enterprise, strategy, segmentation, positioning, strategic management.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Класифікація маркетингових стратегій	9
1.2. Класичні підходи до розробки маркетингових стратегій	14
1.3. Процес стратегічного маркетингового планування	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА КФ «КВІТЕНЬ» ЯК ОСНОВА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ЩОДО ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ	34
2.1. Аналіз господарської діяльності та внутрішнього середовища КФ «Квітень»	34
2.2. Аналіз ринку кондитерських виробів	45
2.3. Аналіз маркетингового зовнішнього середовища	51
2.3.1. Pest-аналіз	66
2.4. SWOT - аналіз КФ «Квітень»	70
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ КФ «КВІТЕНЬ»	74
3.1. Вибір та обґрунтування маркетингової стратегії підприємства	74
3.2. Підсистема стратегічного маркетингового управління цільовим ринком та логістикою як складова комплексної системи управління збутом	84
3.3. Заходи з впровадження маркетингової стратегії в діяльність підприємства	89
ВИСНОВКИ	93
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96
ДОДАТКИ	99