

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Аналіз маркетингового середовища та
вдосконалення маркетингової стратегії
торговельної марки на ринку продуктів
харчування»**

Виконав здобувач 2 курсу,
Групи МГ-18 вк
Спеціальності 075 «Маркетинг»
Самсонов Анатолій Дмитрович

Керівник: д-р екон. наук, проф.
Тараненко Ірина Всеволодівна

**Дніпро
2020**

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

Освітній рівень **магістр**

Спеціальність **075 «Маркетинг»**

Затверджую:

Зав. кафедри _____

Тараненко Ірина Всеволодівна

д.е.н., професор

*(підпис, прізвище, ім'я та по батькові,
науковий ступінь, вчене звання,*

посада)

“02” вересня 2019 р.

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу здобувачу**

Самсонову Анатолію Дмитровичу

прізвище, ім'я та по батькові

1. Тема роботи: «Аналіз маркетингового середовища та вдосконалення маркетингової стратегії торговельної марки на ринку продуктів харчування»

2. Керівник роботи Тараненко Ірина Всеволодівна, доктор економічних наук, професор

(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання

затвержені наказом від “ 02 ” вересня 2019 р., № 70-09-У

3. Термін здачі студентом закінченої роботи 15.01.2020 р.

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: Провести аналіз ринку майонезної продукції України, провести аналіз маркетингового середовища ТМ «Щедро» з метою пошуку напрямів вдосконалення стратегії ТМ «Щедро», розробити заходи щодо вдосконалення стратегії просування і дистрибуції для ТМ «Щедро».

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

1. Теоретичні аспекти розробки маркетингової стратегії

1.1. Сутність маркетингової стратегії, її значення

1.2. Особливості вибору та формування маркетингової стратегії підприємства

1.3. Підходи до оцінки ефективності маркетингової стратегії

2. Аналіз маркетингового середовища як передумова вдосконалення маркетингової стратегії

2.1. Аналіз ринку майонезної продукції України

2.2. Аналіз господарської діяльності підприємства

2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища ТМ «Щедро»

2.4. SWOT-аналіз ТМ «Щедро» та висновки щодо необхідності удосконалення маркетингової стратегії

3. Вдосконалення маркетингової стратегії ТМ «Щедро»
 - 3.1. Аналіз портфелю продуктів ТМ «Щедро»
 - 3.2. Напрямки вдосконалення стратегії для ТМ «Щедро»
 - 3.3. Заходи з вдосконалення стратегії просування і дистрибуції для ТМ «Щедро»

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Тараненко І.В., зав. каф., проф.	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
2	Тараненко І.В., зав. каф., проф.	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
3	Тараненко І.В., зав. каф., проф.	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>

7. Дата видачі завдання 02 вересня 2019 р.

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Розділ 1. Теоретичні аспекти розробки маркетингової стратегії	01.10.2019	01.10.2019
2.	Розділ 2. Аналіз маркетингового середовища як передумова вдосконалення маркетингової стратегії	30.10.2019	30.10.2019
3.	Розділ 3. Вдосконалення маркетингової стратегії ТМ «Щедро»	15.12.2019	15.12.2019
4.	Оформлення роботи	15.01.2020	15.01.2020

Здобувач _____ Самсонов А.Д.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Тараненко І.В.

АНОТАЦІЯ

Самсонов А.Д. Аналіз маркетингового середовища та вдосконалення маркетингової стратегії торговельної марки на ринку продуктів харчування

В кваліфікаційній роботі магістра проводиться аналіз ринку майонезної продукції України, аналіз внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища, та портфельний аналіз ТМ «Щедро». На основі досліджень розробляються напрями вдосконалення маркетингової стратегії ТМ «Щедро» та їхнє обґрунтування.

У результаті аналізу було виявлено, що позиції ТМ «Щедро» на ринку погіршуються, тому використовувана маркетингова стратегія потребує вдосконалення. Зроблено висновок про необхідність впровадження стратегічних маркетингових заходів. За підсумками проведеної роботи були розроблено рекомендації щодо вдосконалення маркетингової стратегії ТМ «Щедро», які допоможуть їй збільшити обсяги продажу продукції та частку ринку.

Ключові слова: диверсифікація, дистрибуція, диференціація, позиціонування, просування, сегмент, стратегія.

SUMMARY

Samsonov A.D. Analysis of the marketing environment and improvement of the brand marketing strategy in the food market

In master's thesis have been analyzed the market of mayonnaise products of Ukraine, analysis of internal and external marketing environment, and portfolio analysis of TM "Shchedro". Based on the research, the directions of improving the marketing strategy of TM "Shchedro" are developed and their justification.

The analysis revealed that TM Shchedro's position in the market is deteriorating, so the marketing strategy used needs improvement.

The conclusion is made about the need for strategic marketing measures.

Based on the results of the work,

recommendations were developed to improve the marketing strategy of TM "Shchedro", which will help it to increase sales volumes and market share.

Key words: differentiation, distribution, diversification, positioning, promotion, segment, strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....	8
1.1. Сутність маркетингової стратегії, її значення.....	8
1.2. Особливості вибору та формування маркетингової стратегії підприємства	12
1.3. Підходи до оцінки ефективності маркетингової стратегії	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ПЕРЕДУМОВА ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ...	34
2.1. Аналіз ринку майонезної продукції України	34
2.2. Аналіз господарської діяльності підприємства	39
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища ТМ «Щедро».....	57
2.4. SWOT-аналіз ТМ «Щедро» та висновки щодо необхідності удосконалення маркетингової стратегії	71
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТМ «ЩЕДРО».....	74
3.1. Аналіз портфелю продуктів ТМ «Щедро».....	74
3.2. Напрямки вдосконалення стратегії для ТМ «Щедро».....	81
3.3. Заходи з вдосконалення стратегії просування і дистрибуції для ТМ «Щедро».....	88
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97
ДОДАТКИ.....	102