

АНОТАЦІЯ

Кльован Б.О. «Маркетингова стратегія ТОВ «АКС-Одеса»»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика
(*назва освітньої програми*)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти формування маркетингових стратегій, їх класифікацію та особливості побудови в сучасних економічних умовах. Проаналізовано маркетингову діяльність ТОВ «АКС-Одеса», зокрема її конкурентне середовище, фінансові показники та існуючу стратегію. Виявлено основні проблеми, які потребують вирішення для підвищення ефективності маркетингової стратегії підприємства.

Запропоновано комплекс заходів для вдосконалення маркетингової стратегії ТОВ «АКС-Одеса», серед яких відкриття нових аптечних пунктів, модернізація офіційного сайту підприємства, впровадження інтерактивних інструментів комунікації та активізація роботи в соціальних мережах. Обґрунтовано економічну ефективність заходів за трьома сценаріями, які демонструють позитивний вплив на ринкову частку, дохід і конкурентоспроможність компанії.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова стратегія, конкуренція, комунікації, фармацевтичний ринок, ефективність.

ANNOTATION

Klyovan B.O. "Marketing Strategy of LLC "AKS-Odesa""

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 075 «Marketing» for the educational program Marketing and international logistics
(*title of the educational program*)

Odessa National Economics University. – Odesa, 2024.

The paper examines theoretical aspects of marketing strategy formation, its classification, and peculiarities in modern economic conditions. The marketing activities of LLC «AKS-Odesa» were analyzed, including its competitive environment, financial indicators, and current strategy. The main problems requiring resolution to enhance the effectiveness of the company's marketing strategy were identified.

A comprehensive set of measures to improve the marketing strategy of LLC «AKS-Odesa» was proposed, including the establishment of new pharmacy points, modernization of the official website, implementation of interactive communication tools, and increasing activity on social media. The economic effectiveness of these measures was substantiated through three scenarios, demonstrating a positive impact on the company's market share, revenue, and competitiveness.

Keywords: marketing, marketing strategy, competition, communications, pharmaceutical market, efficiency.