

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

д.е.н. Літовченко Ірина Львівна

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2015 року

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**на здобуття освітньо-кваліфікаційного  
рівня магістра**

на тему:

«Маркетингова стратегія підприємства ТОВ “Сандора”»

Виконав:

Студентка 5 курсу, 6 групи ФМЕ

зі спеціальності:

8.03050701 Маркетинг

Новачук Катерина Миколаївна

Керівник:

к.е.н. Рулінська Ольга Володимирівна

Рецензент:

Ерхов Владислав Михайлович

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	5
1.1.Сутність стратегічного маркетингу .....	5
1.2. Класифікація маркетингових стратегій .....	14
1.3.Особливості маркетингової діяльності на підприємствах харчової промисловості.....	21
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....	28
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «САНДОРА»	
2.1.Дослідження ринку соків України .....	30
2.2.Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Сандора».....	42
2.3.Маркетингове дослідження споживачів ТОВ «Сандора» .....	52
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....	67
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ .....	68
ТОВ «САНДОРА»	
3.1.Розробка портфельних стратегій для ТОВ «Сандора» .....	68
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення стратегій зростання та конкурентної стратегії ТОВ «Сандора».....	75
3.3.Вдосконалення маркетингових інструментальних стратегій та формування маркетингового плану для ТОВ «Сандора» .....	89
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 .....	97
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101
ДОДАТКИ.....	105