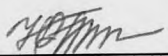


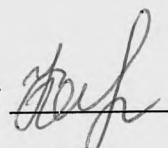
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

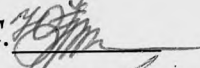
Спеціальність 073 «Менеджмент»


Допускається до захисту  
Зав. кафедри менеджменту   
д-р екон. наук, професор Ю. С. Гринчук  
« 25 » листопада 2020 року

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ  
(на прикладі ФОП Зубов О.В.)

Виконала: Зубова Іванна Володимирівна 

Керівник: д. е. н., професор Гринчук Ю.С. 

Рецензент: д. е. н., професор Свиноус І.В. 

## АНОТАЦІЯ

### **Зубова Іванна. Організація маркетингових досліджень в організації на прикладі ФОП «Зубов О.В.»**

Маркетингові дослідження являють собою процес, що включає визначення проблеми, цільовий збір та аналіз даних, а також вироблення рекомендацій з різних аспектів маркетингової діяльності з метою вдосконалення прийняття ефективних управлінських рішень. Маркетингові дослідження дозволяють визначити купівельні потреби і витрати, напрямки розвитку збуту, витрати на рекламу й тенденцію їхніх змін, заходи щодо просування товару, можливості розширення ринку, більш точну характеристику покупців, мотивацію покупки, комунікації, дослідження продажів. Результати маркетингових досліджень використовуються при розробці стратегії фірми, її виробничої, асортиментної та збутової політики. Той факт, що ринок схильний до постійних змін, означає, що він весь час дає імпульс для здійснення маркетингових досліджень. Зміст маркетингового дослідження знаходить відображення в його структурі, яка складається з двох взаємопов'язаних частин і передбачає дослідження конкретного ринку або його сегмента і дослідження потенційних можливостей свого підприємства.

Основними напрямками маркетингових досліджень є: дослідження ринку, дослідження споживачів; дослідження продукту; дослідження конкурентів; дослідження товароруху і продажів; дослідження цін; дослідження потенційних можливостей свого підприємства і ін. Дослідження ринку – найпоширеніше маркетингове дослідження. Дослідження ринку припускає з'ясування його стану і тенденцій розвитку, що може допомогти підприємству отримати дані про ринкові умови для визначення подальшої його діяльності.

Основна мета даної кваліфікаційної роботи магістра полягає в дослідженні основних напрямків маркетингових досліджень та розробленні практичних рекомендацій щодо дослідження ринку діяльності підприємства.

Об'єктом роботи виступає процес здійснення маркетингової діяльності ФОП «Зубов О.В.».

Предметом роботи є економічні відносини, що виникають в процесі маркетингової діяльності на підприємстві.

Методи дослідження: метод експертних оцінок, аналіз та порівняння тощо.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці рекомендацій щодо удосконалення організацією маркетингових досліджень на підприємстві.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту кваліфікаційної роботи становить 89 сторінок, 16 таблиць, 24 рисунки. Список літератури включає 51 першоджерело.

**Перелік ключових слів:** ринок, конкуренція, мотивація покупців, цільовий сегмент, ресурси.

## ANNOTATION

### **Zubova Ivanna. Organization of marketing research in the organization on the example of FOP "Zubov O.V."**

Marketing research is a process that includes problem identification, targeted data collection and analysis, as well as making recommendations on various aspects of marketing activities to improve effective management decisions. Marketing research allows to determine purchasing needs and costs, sales trends, advertising costs and the trend of their changes, measures to promote the product, opportunities to expand the market, more accurate characteristics of customers, purchase motivation, communication, sales research. The results of marketing research are used in developing the company's strategy, its production, product range and sales policy. The fact that the market is subject to constant change means that it is constantly giving impetus to marketing research. The content of marketing research is reflected in its structure, which consists of two interrelated parts and involves the study of a particular market or its segment and the study of the potential of your company.

The main directions of marketing research are: market research, consumer research; product research; competition research; research of goods movement and sales; price research; research of potential possibilities of the enterprise, etc. Market research is the most common marketing research. Market research involves clarifying its state and development trends, which can help the company to obtain data on market conditions to determine its future activities.

The main purpose of this master's thesis is to study the main areas of marketing research and developed practical recommendations for market research of the enterprise.

The object of work is the process of marketing activities of FOP "Zubov O.V."

The subject of the work is the economic relations that arise in the process of marketing activities in the enterprise.

Research methods: the method of expert evaluation, analysis and comparison, etc. research at the enterprise.

Structure and scope of work. The master's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used. The full text of the qualification work is 89 pages, 16 tables, 24 figures. The list of references includes 51 primary sources.

**List of key words:** market, competition, customer motivation, target segment, resources.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Сутність маркетингового дослідження.....	6
1.2. Маркетингові дослідження: типи та види.....	13
1.3. Основні етапи процесу проведення маркетингових досліджень.....	21
Висновки до розділу 1.....	36
<b>РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ НА ПРИКЛАДІ ФОП ЗУБОВ О.В.....</b>	<b>38</b>
2.1. Загальна характеристика діяльності ФОП Зубов О.В.....	38
2.2. Аналіз маркетингової діяльності ФОП Зубов О.В. за 2017-2019 рр.....	40
2.3. Аналіз ефективності організації маркетингових досліджень ФОП Зубов О.В.....	53
Висновки до розділу 2.....	60
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ФОП ЗУБОВ О.В.....</b>	<b>61</b>
3.1. Концепція вдосконалення маркетингової діяльності ФОП Зубов О.В.....	61
3.2. Проект забезпечення конкурентоспроможності підприємства.....	69
3.3. Обґрунтування економічної доцільності пропозицій щодо підвищення ефективності організації маркетингових досліджень.....	75
Висновки до розділу 3.....	81
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>82</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>85</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>90</b>