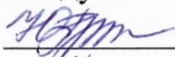


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Допускається до захисту
завідувач кафедри менеджменту
 професор Ю. С. Гринчук
«14» червня 2024 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»)

Виконала: Марценюк Марина Володимирівна
прізвище, ім'я, по батькові,


підпис

Керівник: доцент Хахула Лариса Петрівна
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові

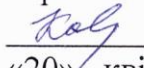

підпис

Рецензент: доцент Герасименко Ірина Олександрівна
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові


підпис

Я, Марценюк Марина Володимирівна, засвідчую, що кваліфікаційну роботу бакалавра виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Затверджую
Гарант ОПП «Менеджмент»
 доцент Н.В. Коваль
«20» квітня 2023 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
Марценюк Марині Володимирівні

прізвище, ім'я та по батькові

Тема: «Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві
(за матеріалами ТОВ «Сільпо-ФУД»)»

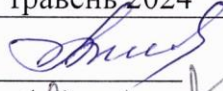
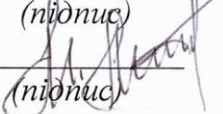
Перелік питань, що розробляються в роботі: дослідити різноманітні теоретичні підходи до визначення маркетингової діяльності як поняття; визначити, як формується та розраховується ефективність маркетингової діяльності в розрізі підприємства; розглянути основні принципи управління маркетинговою діяльністю; зробити аналіз як загальної характеристики, так і організаційної структури підприємства ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»; провести оцінку ефективності організації маркетингової діяльності на підприємстві; розробити пропозиції щодо основних напрямків покращення ефективності управління.

Вихідні дані: законодавчі та нормативно-правові акти, публікації у періодичних виданнях, праці вітчизняних й зарубіжних вчених та фахівців з проблеми дослідження, фінансова та управлінська звітність підприємства, а також інформаційні ресурси мережі Internet.

Календарний план виконання роботи:

Етап виконання	Період виконання етапу	Відмітка про виконання
Огляд літератури	квітень-травень 2023	виконано
Теоретико-методична частина	вересень-грудень 2023	виконано
Аналітична частина	січень-лютий 2024	виконано
Рекомендаційна частина	березень-квітень 2024	виконано
Оформлення роботи	травень 2024	виконано
Перевірка на плагіат	травень 2024	виконано
Подання на рецензування	травень 2024	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	травень 2024	виконано

Керівник кваліфікаційної роботи


(підпис)

(підпис)

доцент Л.П. Хахула

Здобувач

М.В. Марценюк

Дата отримання завдання « 20 » квітня 2023 р.

РЕФЕРАТ

Марценюк М.В.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ (за матеріалами ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»)

Досліджено сукупність теоретико-методичних та практичних аспектів удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Використано методи системного аналізу, порівняння, спостереження, абстрагування, синтезу, статистики та графічні методи.

У роботі розкрито сутність та особливості системи управління маркетинговою діяльністю підприємства, вивчені методичні підходи до питання аналізу ефективності різних моделей та підходів маркетингової діяльності на підприємстві, обґрунтовано організаційно-прикладні засади вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві з метою підвищення ефективності його діяльності.

У роботі запропоновано вдосконалити процес забезпечення механізму управління з метою покращення його ефективності, що пов'язане з покращенням маркетингової діяльності на підприємстві.

Одержані результати можуть бути використані для формування ефективної стратегії управління маркетинговою діяльністю з можливим впровадженням найбільш релевантних результатів дослідження в маркетингову діяльність як у розрізі підприємства, так і на широкому ринку в цілому.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 53 сторінки, 5 таблиць, 14 рисунків, список використаних джерел із 38 найменувань, 5 додатків.

Ключові слова: управління, маркетинг, маркетингова діяльність, стратегія управління, принципи управління маркетингом, система управління маркетингом.

ANNOTATION

Martsenyuk M.V.

MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE

(based on the materials of "SILPO-FOOD" LLC)

The set of theoretical, methodological and practical aspects of improving the marketing activity management system at the enterprise was studied.

The methods of system analysis, comparison, observation, abstraction, synthesis, statistics and graphic methods are used.

The work revealed the essence and features of the enterprise's marketing activity management system, studied methodical approaches to the issue of analyzing the effectiveness of various models and approaches of marketing activity at the enterprise, substantiated the organizational and practical principles of improving the enterprise's marketing activity management system in order to increase the efficiency of its activity.

The work proposes to improve the process of ensuring the management mechanism in order to improve its efficiency, which is connected with the improvement of marketing activities at the enterprise.

The obtained results can be used to form an effective strategy for managing marketing activities with possible implementation of the most relevant research results in marketing activities both within the enterprise and in the wider market as a whole.

The bachelor's qualification work contains 53 pages, 5 tables, 14 figures, a list of used sources of 38 titles, 5 appendices.

Key words: management, marketing, marketing activity, management strategy, principles of marketing management, marketing management system.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	9
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».....	23
2.1. Загальна характеристика та організаційна структура підприємства.....	23
2.2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	29
Висновки до розділу 2.....	35
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «СІЛЬПО- ФУД».....	37
Висновки до розділу 3.....	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	58

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І., Квасова М. Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. С.49-55.
2. Аксамітна О. Тренди маркетингу. *Академія гостинності*. 2021. № 5-6. С. 44-47.
3. Алданькова Г. В. Методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингових комунікацій торговельних мереж. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/67.pdf
4. Антипцева О. Ю., Гусаров О. О., Дуднєва Ю. Е. Маркетинг як ключовий складник управління інтеграцією споживачів в інноваційний процес на підприємстві. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 44-50.
5. Бабаченко Л. В., Вербицька А. В., Лисенко І. В. Товарна інноваційна політика як складова маркетингової діяльності компаній на ринках B2C та B2B. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 36-40.
6. Багорка М., Юрченко Н. Формування системи маркетингового управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2023. № 26. С. 32-37.
7. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 632 с.
8. Безус Р. М., Крючко Л. С., Перерва К. А. Маркетинговий менеджмент у SMM. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 66-71.
9. Березюк В. О., Донець А. Д. Маркетингові комунікації в інтернетсередовищі: сутність та проблематика інтеграції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7. № 1. С. 120-127.
10. Белкін І. Особливості вірусного маркетингу, бенчмаркінгу та соціально відповідального маркетингу як перспективних напрямків на ринку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. С. 28-33.
11. Божок А. Тенденції цифрового маркетингу: інструменти залучення споживачів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 1. С. 27-

32.

12. Бородкіна Н. О. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2022. 362 с.

13. Бугріменко Р. М. Перспективи адаптації маркетингових інноваційних рішень в системі роздрібних торгових підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 41. С. 68-73.

14. Бутенко В., Тоюнда А. Формування маркетингової стратегії підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 24. С. 61-67.

15. Вовчанська О., Іванова Л. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1293>

16. Гнатишин Л. Б., Прокопишин О. С., Поверляк Т. І. Маркетинговий супровід комерціалізації інноваційної продукції підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 447-453.

17. Головчук Ю. О., Дідик В. В. Ефективність використання інноваційного маркетингу та ступінь довіри до нього потенційних споживачів. *Економіка та суспільство*. 2019. № 20. С. 157-162.

18. Гудзь О. І., Мусійовська О. Б. Дослідження основних положень брендингу у контексті маркетингової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 164-170.

19. Гузар У. Є., Тихоновський М. Ю. Аспекти формування комплексу маркетингу на підприємствах сфери гостинності в сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 192-197.

20. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навчальний посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с.

21. Зеліч В. В., Матвеєва М. П., Гнилокурченко М. С. Система маркетингового стратегічного менеджменту управління діяльністю підприємства та аналіз її ефективності. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9441>

22. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Управління на

засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повоєнний період: національний і міжнародний аспекти. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6. № 4. С. 47-60.

23. Красовська О. Ю. Удосконалення форм і методів організації управління маркетинговою діяльністю як умова забезпечення ділової активності підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 105-109.

24. Литвиненко С. Л., Трегубов О. С., Войцеховський В. С., Семенда О. В., Попова Ю. М., Кайдакова Т. В. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг : підручник. Київ : Кондор, 2022. 280 с.

25. Лишенко М. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2289>

26. Ложачевська О. М., Орлова-Курилова О. В., Макаренко Н. О., Рубежанська В. О. Моделювання адаптивного управління інноваційними підприємствами в умовах трансформації логістичних та маркетингових стратегій взаємодії держави та бізнесу, діджиталізації та сталого розвитку. *Економіка та держава*. 2021. № 11. С. 9-13.

27. Новикова І., Баранова О. Формування системи управління маркетинговими ризиками інноваційної діяльності підприємств в сучасних умовах. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 6. С. 28-35.

28. Пачева Н., Подзігун С. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1279>

29. Пащенко О. П., Тарасюк О. В. Управління змінами в системі маркетинг-менеджменту діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання відповідно до концепції «Індустрія 5.0». *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 1(103). С. 49-55.

30. Поліщук І. І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного*

університету. 2021. № 5. Т. 2. С. 41-44.

31. Райко Д. В., Подрез О. І., Черепанова В. О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством. *Проблеми економіки*. 2022. № 3. С. 128-136.

32. Ратушна Ю. Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15-16. С. 111-115.

33. Руденко О., Сергієнко О. Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3294/1/786-%d0%a2%d0%b5%d0%ba%d1%81%d1%82%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%96-753-1-10-20211201.pdf>

34. Савченко С., Аблязова Н., Сукач О. Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 17. С. 46-49.

35. Холодний Г. О. Сучасні особливості та протиріччя інноваційного маркетингу. *Проблеми економіки*. 2023. № 2. С. 190-197.

36. Хурдей В., Даценко В., Дронова Т., Міщенко Д., Павловська І. Формування маркетингової стратегії управління брендом компанії. *Економічні горизонти*. 2023. № 1(23). С. 4-14.

37. Чайковська М. П., Беленькая Е. П. Сучасні детермінанти та виклики маркетингового менеджменту ІТ-стартап індустрії України. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6. № 3. С. 109-123.

38. Шульга О. Напрями удосконалення системи стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 25. С. 110-113.